

молочная сфера

18

Мария Иванова,
директор по развитию
«Русспродсоюз»:
Мне удалось выступить
в роли камермена
и создавать правильный
психологический
настрой в команде,
будь это уже сплоченные
коллективы или
участники круглого
стола, которые
встретились впервые.



40

«Ариэ Фудс»: экспансия
на российский рынок
В ближайшие один-два
года можно ожидать
прихода в Россию
западных компаний,
которые будут
заинтересованы в
средне- и долгосрочном
производстве. Для
большинства российских
сыроделов
единственным способом
выжить станет
консолидация бизнеса.
Считает генеральный
директор «Ариэ Фудс»
Артисс Михаил Ясно.



10

Культура употребления
сыра в России в целом
низкая. Тем не менее,
с ростом
благополучия
отмечается интерес
потребителей к новым
ортам сыра,
стремление оценить
вкусовые качества
продукта. Например,
несмотря на то, что
основными
покупателями сыра
являются женщины
в возрасте от 28 до 47
лет, покупаются
сыровые сыры,
ориентированные на
молодых.

СЫРЬЕВАЯ экономика.

Сыроделам не «переварить» цену на молоко



ПРОИЗВОДСТВО И ПОСТАВКА
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ
ЖИРОВ ДЛЯ МОЛОЧНОЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Официальный дистрибьютор -
ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад»
тел./факс: +7 47234 44959
www.efko.ru





RosUpack
RUSSIA

17-я Международная выставка упаковочной индустрии
УПАКОВОЧНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ, ТЕХНОЛОГИИ И МАТЕРИАЛЫ

18 – 22 июня 2012

Россия, Москва, ВВЦ, павильон 75

Организатор:



В СОСТАВЕ КУРЬЕРСКОЙ КОМАНДЫ ИТО

Tel: +7 (495) 935 81 00

E-mail: rosupack@myk.ru

Генеральные
информационные
спонсоры



TARA **TRAVEL**
I LIPAKOVKA

www.rosupack.com



Горячее наполнение – гигиеничная упаковка !

Надежно и экономно

TSCA 160

Минимум расходов при максимальной надежности

- Прочное, гигиеничное клипсование для большего срока хранения продукта
- Полностью автоматический и самоконтролируемый процесс
- Сокращение расходов благодаря использованию плоской пленки
- Эффективное использование пленки, минимум расходов на транспортировку и хранение

НОВИНКА!



Плавленные сыры



Ждем Вас на выставке

Молочная и Мясная индустрия

ВВЦ, Павильон 75, Стенд Н45

лидерство • новаторство • надежность

ООО Поли-клип Систем Руссланд • Tel. +7 499 5300194 • polyclip@polyclip.ru
Спрашивайте на сайте: www.polyclip.com/5301

poly-clip®
SYSTEM



АГРОПРОДМАШ

17-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
«ОБОРУДОВАНИЕ, МАШИНЫ И ИНГРЕДИЕНТЫ
ДЛЯ ПИЩЕВОЙ И ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

АГРО ПРОД МАШ

ЦВК «Экспоцентр», Москва, Россия

8-12 октября 2012



**ПЕРВЫЙ
В ИННОВАЦИЯХ**

www.agroprod mash-expo.ru

Организатор:
 **ЭКСПОЦЕНТР**
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ
МОСКВА

123100, Москва,
Краснопресненская наб., 14
E-mail: centr@expocentr.ru
www.expocentr.ru, экспоцентр.рф

На уровень выше



Слайсеры фирмы «Вебер» быстро и аккуратно нарезают колбасу, ветчину и сыр; обеспечивают привлекательный вид нарезки, точный вес каждой порции, увеличивают прибыль и уменьшают затраты. Новый слайсер 905, оборудованный в ширину камерой резки, которая составляет 620 мм, определяет новые стандарты в обработке продукции. Это единственная машина на рынке, которая одновременно нарезает 6-кратный калибр 100 или 4-кратный 100x150 сыра. Мы всегда рады ответить на запросы и обеспечить вас актуальной информацией.



Новый слайсер Вебер 905

weber[®]
The High Tech Company

ООО «Вебер Рус»
127254 Москва · Ул. Добролюбова 3, стр.1
Тел.: +7 495 604 48 35 · Факс: +7 495 604 48 37
ru@weberweb.com · www.weberweb.com



Посетите нас на выставке
Молочная Индустрия!

Пав. 75 , Стенд В45
Молочная Индустрия 2012

Dairy powders processing from A to Z

"I.C.F. & WELKO" является поставщиком лидером комплексных линий и оборудования "под ключ" по обработке молочно-сыродельных продуктов и по производству порошковых продуктов. Проектируем передовые решения для производства обезжиренного и цельного молока, молочной порошковой сыворотки и быстрорастворимых порошковых продуктов: концентрация, атомизация, быстрорастворимость порошковых продуктов. Каждая линия реализована по заказу, согласно требований клиента, обеспечивая отличную производительность, высокий уровень автоматизации, гибкость и энергосбережение.



содержание

отрасль	26
Рост рынка кисломолочной продукции	32
вокруг света	34
Сырные ярмарки Голландии	



Потребление сыра в России растет. Вместе с тем рынок сыров расширяется за счет импортных ресурсов. Что неудивительно – Россия не в состоянии удовлетворить растущий спрос за счет внутреннего производства.

10

тема номера	СЫРЬЕВАЯ экономика? Сыроделам не «переварить» цену на молоко	10	компании /события и факты	Новости	37
NEW! женские правила	Мне везет на людей	18	/стратегия	«Арла Фудс»: экспансия на российский рынок	40
NEW! в полях	Я с детства хотел много путешествовать!	22	производство /события и факты	Новости	44
отрасль /события и факты	Новости	26	/автоматизация	Оптимизация производственных процессов при помощи «умного использования» сырья	46
/тенденции	Мировой рынок сыра	28	/оборудование	Отъем тепла, охлаждением прозрачаемый	48
industry /trends	Global cheese market	28		Современное оборудование для сушки и агломерации	56
/исследование	Рост рынка кисломолочной продукции	32		Максимум колбасного сыра с минимальными затратами	58
/вокруг света	Сырные ярмарки Голландии: бизнес или развлечение?	34			

производство	44
Отъем тепла, охлаждением прозываемый	48
упаковка	Сырные фантазии 60



Голландия издавна знаменита своими сырами. Именно оттуда вместе с цветами национального флага, стулом, зонтиком и множеством корабельных терминов Петр I привез в Россию десяток мастеров-сыроделов и моду на этот продукт.

34

	Легко мыть Системы механической очистки трубопроводов	59	Спред следует рассматривать как продукт питания нового поколения	66
/упаковка	Сырные фантазии	60	Батончик на стакан молока	68
/ингредиенты	Опережая тренды: низконасыщенный ЗМЖ от ГК «НМЖК»	64	Молоко сгущенное: фальсификаторы не сдаются	70
			консалтинг /экспертиза	

молочная сфера

№2 (41) 2012

Информационно-аналитический журнал
для специалистов молочной, маслосыростроительной
и масложировой индустрии

Зарегистрирован в Федеральной службе по надзору
в сфере связи, информационных технологий
и массовых коммуникаций (РОСКОМНАДЗОР).

Свидетельство о регистрации
ПИ № ФС 77 - 46399 МОЛОЧНАЯ СФЕРА 31.08.2011 г.

Адрес редакции:
Россия, 199034 Санкт-Петербург,
Большой проспект В. О., д. 18 лит. А,
БЦ «Андреевский Двор», оф. 358,
тел./факс: +7 (812) 70-236-70,
www.sfera.fm

Издатель:
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «СФЕРА»

Генеральный директор:
Алексей Захаров
Заместитель директора
по административным вопросам:
Зоя Киселева
z.titova@sfera.fm

Директор по продажам
и маркетингу:
Ольга Паленова
o.palenova@sfera.fm

Реклама:
Виктория Паленова
v.palenova@sfera.fm
Надежда Антимонова
n.antipova@sfera.fm

Арт-директор:
Павел Хан
pavelhan2009@gmail.com

Выпускающий редактор:
Виктория Загоровская
editor@sfera.fm

Дизайн и верстка:
Путинцева Татьяна
t.putinzeva@sfera.fm

Корректор,
литературный редактор:
Анастасия Баева
korrektor@sfera.fm

Иллюстрация на обложке:
Тимофей Яржомбек

Журнал распространяется
на территории России и стран СНГ.
Периодичность – 4 раз в год.

Использование информационных
и рекламных материалов журнала
возможно только с письменного
согласия редакции.

Все рекламируемые товары имеют
необходимые лицензии и сертификаты.
Редакция не несет ответственности
за содержание рекламных материалов.

Материалы, отмеченные значком **P**,
публикуются на коммерческой основе.

Мнение авторов не всегда совпадает
с мнением редакции.

Отпечатано в типографии «ПремимумПресс».
Подписано в печать: 06.03.12.
Тираж: 5 000 экз.





Россия укрепила европейских производителей сыра

Молочный рынок России в настоящее время достаточно успешно и стабильно развивается. По данным Молочного союза, его объем составляет почти 40 млн тонн молока в год, при этом ежегодные темпы роста оцениваются экспертами в 4-5%.

По словам исполнительного директора Молочного союза Владимира Лабинова, в настоящее время мы ежегодно потребляем около 230 кг молочных продуктов на душу населения. При этом по культуре потребления молока Россия может быть сравнима со странами Северной Европы, где норма составляет примерно 370-380 кг на душу населения.

Согласно данным Молочного союза, на июль 2011 года абсолютным лидером потребления в России является питьевое молоко (23 кг на человека в год), на втором месте – кисломолочные продукты (8,6 кг), на третьем – сыры (3,3 кг), четвертую строчку занимает сливочное масло (2,4 кг). При этом самый продаваемый продукт – кефир. Ежегодно на 40-50% растет спрос на йогурты с кусочками фруктов. Из традиционных сегментов хороший рост показывают творожные продукты – 10-12% в год, а также сыры, особенно твердые и плавленые – 15% в год. Жаль только, что в сырном сегменте прирост достигается за счет импорта...

Сегодня российский рынок сыра крайне зависим от импорта – как по сырью, так и по готовой продукции. Невооруженным глазом видно колоссальное отставание отечественных производителей в технологиях, качественных показателях, широте предлагаемого ассортимента и внедрении инноваций, как в плане упаковки, так и в смысле продвижения своей продукции.

Несмотря на некий комплекс мер, принимаемых правительством для повышения продовольственной безопасности страны, вводимые таможенные рычаги и попытки поддержать отечественных сыроделов (в 2010 году была принята целевая отраслевая программа «Развитие

маслоделия и сыроделия России на 2011-2013 годы»), позиции импорта не только сильны, но и имеют серьезный потенциал роста.

Вдобавок вступление России в ВТО усилит позиции игроков из ЕС, ухудшив конкурентную обстановку прежде всего для производителей сухого молока, сыра и масла, позиции которых во многом зависят от государственной поддержки. Вместе с тем соглашение по сельскому хозяйству ВТО обязывает ее участников снизить уровень господдержки отечественных производителей и отменить субсидирование экспорта сельхозпродукции. Это может нанести ощутимый удар по местным производителям, снизив их конкурентоспособность.

Присоединение к ВТО потребует длительного подготовительного периода, в течение которого необходимо постепенно приводить к единому знаменателю требования европейского и российского законодательства в молочной сфере. Единые требования сделают российский рынок еще более интересным для европейских производителей.

Для крупных западных компаний растущий российский рынок сыра и так является лакомым кусочком. Многие из них уже заявили о своем желании инвестировать средства в развитие собственного сырного бизнеса в России, например, Valio, «Сваля», «Арла Фудс». По мнению экспертов, их интерес к российскому рынку в ближайшие несколько лет будет только расти.

Вступления в ВТО могут не бояться лишь сыродельные предприятия, которые успели провести модернизацию и производят высококонкурентную продукцию. Те же, кто не успел модернизировать производство, не смогут составить конкуренцию импорту.

Виктория Загоровская,
редактор журнала «Молочная СФЕРА»,
editor@sfera.fm



Автор:



Виктория
Загоровская

Иллюстрация: Тимофей Фролов

СЫРЬЕВАЯ экономика?

Сыроделам не «переварить» цену на молоко

Потребление сыра в России растет. Вместе с тем рынок сыров расширяется за счет импортных ресурсов. Что неудивительно – Россия не в состоянии удовлетворить растущий спрос за счет внутреннего производства.

↓ В настоящее время в России работает около 440 сыродельных предприятий. Их мощности на начало 2011 года в пересчете на молоко составили 1402,2 тонн в смену.

↓ Российский рынок сыра сильно зависит от импорта – как по сырью, так и по готовой продукции.

Нашествие заморских продуктов

По данным компании Global Reach Consulting (GRC), объем российского рынка сыров по итогам 2010 года увеличился по отношению к уровню предшествующего года на 11%. В 2009 году в стране было отмечено сокращение объема потребления сыров, но в 2010 году ситуация изменилась – покупательная способность населения выросла.

По итогам 2010 года производство сыров и сырных продуктов в России сократилось почти на 2%. Тенденция к сокращению выпуска продолжилась и в 2011 году, за семь месяцев (январь-июль) 2011 года спад производства данного вида продукции в стране составил около 4% в сравнении с аналогичным периодом 2010 года.

В 2010 году производство твердых сыров в России сократилось почти на 9%. По информации Infolio Research Group, объем рынка твердых сыров в 2010 году составил 113 тыс. тонн. Сейчас в сегменте твердых сыров, по данным Discovery Research Group, крупнейшими игроками являются «Вимм-Билль-Данн», «Сыр Стародубский», «Можгасыр» и молзавод «Гиагинский».

Одной из тенденций отечественного сыроделия является увеличение производства сырных продуктов, иными словами, сыров, в которых часть молочных жиров заменена на растительные. Росстат лишь в 2010 году выделил их в отдельную категорию.

За последнее десятилетие в сегменте плавленых сыров происходит подъем. В 2006 году объем производства превысил уровень 1990 года и составил 172,2 тыс. тонн.

В 2010 году производство сырных продуктов увеличилось на 30%. И темпы роста производства в 2011 году остаются одними из самых высоких, тогда как выпуск натуральных сыров имеет тенденцию к снижению. Третей всех сыров – плавленые.

В Россию импортируется около 15 тыс. тонн плавленых сыров в год. Лидером поставок является Финляндия. Кроме того, большую долю в импорте плавленых сыров занимают Франция, Украина, Польша.

Сыры поступают в Россию из 38 стран мира. Среди основных поставщиков, кроме Украины, числятся Белоруссия, которая в 2010 году впервые за несколько лет сократила поставки на 2%, Германия и Финляндия. Доля импорта в стране стабильно растет – по итогам 2010 года она достигла 50%.

«Темпы прироста импорта сыров существенно опережают темпы прироста собственного производства. Это говорит о том, что отечественные сыроделы не в состоянии «переваривать» существующую цену на молоко», – говорит **исполнительный директор Молочного союза России Владимир Лабинов**.

Сыродельческие предприятия в большинстве своем сегодня убыточны. И речь идет не только о мелких и средних перерабатывающих заводах, но и о крупных, таких, например, как Белевский комбинат.

Молоко высшего сорта слишком дорого для сыроделов, а в 2010 году цена молока 1-го сорта также не давала возможности вырабатывать сыры, получая нормальную прибыль. Невыбавая жара летом прошлого года привела к падению производства молока и росту цен на него со второго полугодия. Цены на сыры, в себестоимости которых доля сырья составляет

Французская классификация марок сыров, продаваемых на российском рынке

Французская классификация	Марки	Российская классификация
Свежие сыры	«Любительский», Fromage blanc, Cottage cheese	Сыры мягкие сычужные
Сыры с плесневой корочкой	Camembert, Brie, «Белый Десертный»	Сыры мягкие с плесенью на поверхности
Сыры из козьего молока	Crottin de chavignol, Saite-Maure, Picodon	Сыры из козьего молока
Голубые сыры	Brue de Brisse, Dorblu, Roquefort	Мягкие с плесенью во всей массе сыра
Прессованные вареные сыры	«Советский», «Швейцарский», Maasdam, Emmental	Твердые сычужные сыры с низкой температурой второго нагревания
Прессованные невареные сыры	Edam, Gouda, Oltmanni, «Российский», Угличский, «Голландский», «Костромской»	Твердые сыры сычужные с низкой температурой второго нагревания
Плавленые сыры	Rambol, President, Viola, «Янтарь», «Волна»	Плавленые сыры

65-70%, тоже росли, но заметно медленнее, особенно в четвертом квартале.

Для выработки сыра требуется много молока, а значит, эти продукты не могут быть дешевыми. В США, где государство устанавливает индикативные цены на сырое молоко, ниже которых нельзя его закупать у фермеров, чтобы сделать эти продукты более доступными, цена на молоко для сыра и масла самая низкая при том же качестве. В Европе иная система поддержки, но и она позволяет увеличить доходы от реализации сыра.

В нашей стране подобные меры поддержки отсутствуют, поэтому вопрос стоимости сырья, от которого зависит конечная цена продукта, является ключевым для сыродельной отрасли. Себестоимость отечественного сыра выше, и с импортным ему трудно конкурировать. Ситуацию осложняет нехватка сырья и его низкое качество.

Некоторые специалисты уверяют, что вступление России в ВТО поспособствует появлению на наших прилавках более дешевого и качественного продукта. Однако **председатель правления Национального союза производителей молока Андрей Даниленко** считает, что ВТО – это палка о двух концах. «С одной стороны, это дополнительная конкуренция, и это хорошо. А с другой стороны, это значит, что иностранных производителей будет приходить все больше, и нашим отечественным производителям будет очень тяжело. Тогда уровень государственной

↓ В Россию импортируется около 15 тыс. тонн плавленых сыров в год. Лидером поставок является Финляндия. Кроме того, большую долю в импорте плавленых сыров занимают Франция, Украина, Польша.

↓ Вопрос стоимости сырья, от которого зависит конечная цена продукта, является ключевым для сыродельной отрасли. Ситуацию осложняет нехватка сырья и его низкое качество.

поддержки должен быть соответствующим, чтобы мы конкурировали на равных», – говорит он.

Ввоз в страну больших партий молокопродуктов из-за рубежа приведет к еще большим трудностям с реализацией по объективно сложившимся ценам собственных сыров, масла и сухого молока, что потребует неотложного принятия государственных мер по поддержке отечественных производителей. К тому же, инвесторы должны быть уверены, что рост отечественного производства будет обеспечен адекватными мерами государственного регулирования рынка.

«Черный» список

Еще одним вопросом, всколыхнувшим общественность, стал запрет Роспотребнадзора на поставки в Россию украинского сыра.

Роспотребнадзор отметил ухудшение качества молочной продукции и сыров украинского производства из-за бесконтрольного использования растительных жиров. «Союзмолоко» предложило приостановить импорт из Украины сыров несоответствующего качества до исправления ситуации. В результате на официальном сайте Роспотребнадзора 8 февраля была обнародована информация о запрете ввоза в Россию сыров трех украинских предприятий. Право на поставки утратили ЧП КФ «Прометей» (Украина, Черниговская область, «Милкиленд-Украина»), АО «Пирятинский сырзавод» (Украина, Полтавская область, Холдинг «Молочный Альянс»), ООО «ГАДЯЧСЫР» (Украина, Полтавская область), так как их сыры не соответствуют требованиям технического регламента РФ на молочную продукцию и молоко.

Пять тонн украинского сыра изъято из оборота в России, еще более 120 тонн не допущено на российскую территорию из-за претензий к качеству, а список украинских производителей, которым запрещены поставки в страну, расширен, сообщил 16 февраля Геннадий Онищенко.

По данным компании GRC, объем российского рынка сыров по итогам 2010 года увеличился по отношению к уровню предшествующего года на 11%.

Отсутствие на Украине технического регламента на молоко и молочную продукцию – один из аргументов, который приводят сторонники ограничения украинского импорта. По словам Андрея Даниленко, это «серьезно влияет на наш рынок, так как себестоимость продукции с высокой долей растительных жиров существенно ниже, и получается очень несправедливая конкурентная борьба». Геннадий Онищенко считает, что дополнительный повод для беспокойства создает передача контроля за питанием на Украине ветеринарной службе.

Украинские производители называют претензии Роспотребнадзора и «Союзмолока» необоснованными, отмечая, что в октябре 2011 года на Украине был принят новый стандарт, ко-



Попытки выйти за пределы привычного ассортимента предпринимались и продолжают предприниматься отечественными сыроделами, но производство «нетрадиционных» для России сыров остается небольшим.

торый регламентирует сырное производство, в том числе по содержанию растительных жиров.

«По нашему мнению, вся эта «сырная война» является прямым последствием политики и охлаждения украинско-российских взаимоотношений, – сообщила на пресс-конференции в Киеве 10 февраля **начальник аналитического отдела консалтинговой компании «ААА» Мария Колесник**. – Россия таким образом пытается привлечь Украину к вступлению в Таможенный союз и, соответственно, смягчить украинскую позицию относительно газотранспортной системы».

Анализируя последствия сырной войны между Москвой и Киевом, эксперты признают, что решение Роспотребнадзора создает проблемы для обеих сторон, по крайней мере, в краткосрочной перспективе. На Украине налицо перепроизводство сыра: при производстве около 200 тыс. тонн внутреннее потребление составляет около 123-130 тыс. тонн. Более трети (36%) от объема производства сыра поставляется на экспорт. В структуре поставок всех молочных продуктов на сыр приходится 78% в стоимостном выражении.

«По таможенной статистике ООН, за 2010 год доля Украины в импорте сыров в Россию составила 16%, – **говорит главный редактор информационного агентства Dairy News Михаил Мищенко**. – Она занимает третье место по объему среди импортеров. Первые два принадлежат Белоруссии и Германии».

По мнению ряда экспертов, в случае запрета на украинскую продукцию будет расти импорт сыров из Европы. «Многие европейские производители сыров уже давно заинтересованы в увеличении своей доли на российском рынке, – уверен Михаил Мищенко. – В 2010 году европейский импорт вырос на 25% – это очень существенно. А тут Украина освободит еще 16%».

↓ *Российский экспорт сыра является сезонным. Максимальные объемы поставок наблюдаются в весенние и осенние месяцы. Минимум приходится на январь-февраль, а также на май-июнь. В натуральном выражении большую часть российского экспорта сыра занимают молодые сыры.*

↓ *О желании инвестировать средства в развитие собственного сырного бизнеса в России заявили такие крупные западные производители, как Valio, «Свалля», «Арла Фудс».*

Среди компаний, которые выиграют от запрета на украинскую продукцию, он называет финскую Valio и датско-шведскую Arla Group. Кроме этого, российский рынок считают перспективным производители из Франции и Ирландии.

Директор департамента переработки «Союзмолока» Владимир Чеверов считает, что долю рынка Украины займут российские и белорусские сыры. «По цене украинские сыры ближе к европейским, – говорит он. – Российские и белорусские стоят дешевле, поэтому я думаю, что освободившееся место займут именно они».

«Теоретически ограничение поставок украинских сыров на российский рынок является стимулом для роста объемов отечественного производства этого вида молочной продукции, – считает **советник председателя Совета Федерации по сельскому хозяйству, бывший замминистра сельского хозяйства и продовольствия Леонид Холод**. – Но нужно понимать, что нарастить мощности в производстве сыров за месяц невозможно. Пока более вероятным, по крайней мере, в краткосрочной перспективе, выглядит сценарий замещения украинских сыров белорусскими, которые имеют конкурентное преимущество перед российскими и украинскими сырами по цене».

Сырные проекты

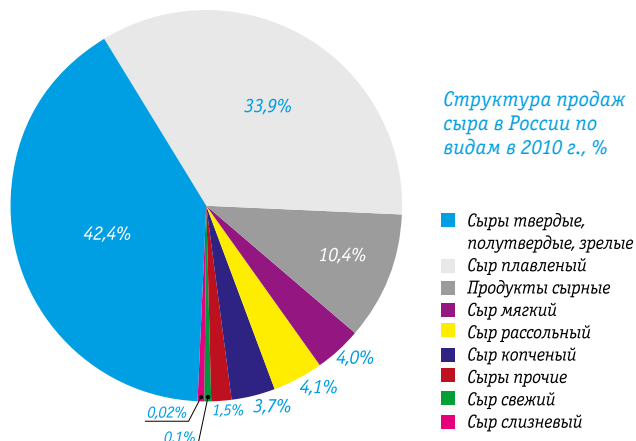
Согласно маркетинговому исследованию компании Intesco Research Group, в структуре российского производства сыра крупнейшими федеральными округами являются Центральный, Приволжский, Сибирский и Южный федеральные округа. В Центральном ФО в 2010 году было произведено 44% всего отечественного сыра, на Приволжский пришелся 21% продукции. Доли Сибирского и Южного округов составили соответственно 13 и 10% общего производства.

В региональной структуре производства лидирует Московская область. На ее долю приходится 13%. По 7% составили доли Краснодарского и Алтайского краев. От 3 до 6% распределились доли Башкортостана, Татарстана, Воронежской области и Москвы.

Особенностью региональных рынков является присутствие локальных производителей, специализирующихся на изготовлении российских видов сыра: «Костромской», «Пошехонский», «Российский» и др. Ассортимент на полках довольно скромный, что объясняется в первую очередь низкой культурой потребления сыра в регионах, а также невысоким уровнем доходов, малочисленностью и крепкими позициями локальных производителей.

Первую попытку выделиться среди других производителей и закрепить за собой право производить сыр только в своей местности предприняли сыроделы Костромской области. В 2010 году областной департамент АПК совместно с сыроделами начал процесс регистрации наименования места происхождения «Костромской сыр». Для этого необходимо доказать, что настоящий «Костромской» может быть произведен только в этом регионе, из молока от коров костромской породы с использованием местных традиций сыроварения.

Крупнейшими российскими предприятиями, производящими сыры являются: ЗАО «Янтарь», ООО «Хохланд Руссланд», ОАО «Рязанский завод плавленых сыров», ТНВ «Сыр Стародуб-



Источник: данные «Союзмолоко»

ский», филиал ОАО «Вимм-Билль-Данн» в Рубцовске и «Карат», ЗАО «Московский завод плавленых сыров».

Всего в настоящее время в стране работает около 440 сыродельных предприятий. Их мощности на начало 2011 года (в пересчете на молоко) составили 1402,2 тонн в смену.

Разумеется, достичь европейского уровня производства сыров в стране, где хронически не хватает сырого молока, а над его качеством надо работать и работать, очень сложно, особенно учитывая потери, которые понесла сыродельная отрасль в период экономических реформ. Сейчас предпринимаются первые шаги в этом направлении. В октябре 2010 года была принята целевая отраслевая программа «Развитие маслоделия и сыроделия России на 2011-2013 годы». Подобная программа на молочном рынке была разработана впервые. Ее появление весьма актуально, так как сыроделие и маслоделие — это те отрасли, которые крайне нуждаются в государственной поддержке.

Росту объемов инвестиционных вложений предприятий молочной промышленности существенно способствуют меры государственной поддержки, предусмотренные в регионах. Это компенсация части банковской процентной ставки по кредитам, привлекаемым на их осуществление, компенсация налогов на обновленное оборудование, а также возможность приобретения последнего за счет средств краевого лизингового фонда, условия которого более привлекательны, по сравнению с коммерческим лизингом.

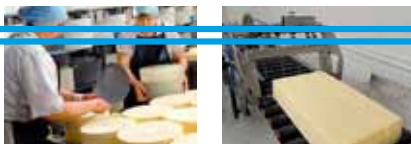
Так, в начале этого года инвестиционная комиссия Псковской области решила поддержать проект Великолукского молочного комбината — он получит налоговые льготы. Руководство предприятия планирует увеличить производство полутвердых сычужных сыров. По проекту построят автоматизированный

↓ Под предлогом борьбы с некачественной продукцией российские производители сыров вытесняют с рынка украинских конкурентов.

↓ В сегменте твердых сыров крупнейшими игроками являются «Вимм-Билль-Данн», «Сыр Старицкий», «Можга сыр» и молзавод «Гиагинский».

современный завод, где по европейским технологиям станут производить высококачественные полутвердые сыры из молока высшего сорта. В сутки по заявлению руководства комбината будут перерабатывать по 300 тонн молока.

В Липецкой области начнут производить твердые сыры. К их выпуску приступает Чаплыгинский молокозавод, сообщили в пресс-службе областной администрации в январе. Ежемесячный объем продукции составит 30 тонн. Реализацией этого проекта чаплыгинцы будут заниматься с немецкой компанией. Из Германии привезут необходимое оборудование для хранения продукции. Областные власти рассчитывают извлечь двойную выгоду. Во-первых, выпуск «Российского сыра» начнется на импортном оборудовании. Во-вторых, открытие нового современного производства даст возможность трудоустроить еще 30 человек.



Достичь европейского уровня производства сыров в стране, где хронически не хватает сырого молока, а над его качеством надо работать и работать, очень сложно.

Отметим, что Чаплыгинский молокозавод имеет свое крестьянское хозяйство в селе Путятино Добровского района. Около 1 тыс. голов дойного стада стабильно дают сырье. Кроме того, чаплыгинцы завезли 500 коров из Франции.

В Мордовии, в городе Инсаре, в минувшем году открылся крупнейший в России сыроваренный завод «Сармич». На реализацию проекта было потрачено около 1,5 млрд рублей. Накануне запуска технологического оборудования глава Мордовии Николай Меркушкин встретился с руководителями французских компаний «Стип Стейлор» и «Франс Процесс», являющимися основными поставщиками современного оборудования. По словам губернатора, новейшие технологии позволят перерабатывать на мордовском заводе за сутки 350, а в дальнейшем и 500 тонн молока. После выхода на максимальную мощность «Сармич» сможет реально претендовать на лидерство в сыродельной отрасли России. Кроме сыров здесь будут производить сливочное масло. Впоследствии здесь же предполагается наладить крупнейшее в России производство по переработке концентрированной сыворотки.

Шведско-датский производитель молочной продукции Arla Foods и российский молочный холдинг «Молвест» (основной бренд «Вкуснотеево») намерены организовать в России совместное производство «желтого» сыра. Ожидается, что объем инве-

стиций в проект, старт которого назначен на будущий год, составит около 500 млн рублей. В 2014 году производство сыра запланировано на уровне около 6 тыс. тонн, с последующим доведением объемов до 12 тыс. тонн.

«Дымов», один из ключевых производителей премиальных колбас, диверсифицирует бизнес: на территории приобретенного в начале 2011 года животноводческого комплекса в Красноярском крае компания планирует открыть производство твердых сыров. Оно, скорее всего, будет небольшим – до 750 тонн сыра в год при объеме рынка в 113 тыс. тонн.

По словам основного владельца «Дымовского колбасного производства» Вадима Дымова, сыроварня может разместиться на территории животноводческого комплекса «Каннская сортоиспытательная станция» в Каннском районе Красноярского края, который компания приобрела в начале этого года за 100 млн рублей. Сейчас в активах комплекса – 3,7 тыс. коров (из них 1,3 тыс. молочных) и около 23 тыс. га земель сельхозназначения.

Идея заключается в том, чтобы построить молокозавод, который в числе других продуктов будет производить твердые сыры. Сейчас на мощностях «Каннской» производится молоко, но все оно продается сторонним переработчикам, в частности «Юнимилку», уточнил Вадим Дымов. Сроки начала строительства не называются.

В прошлом году выпуск плавящихся сыров начал молочный завод «Рузское молоко». В новую линейку вошли «Рузский» плавленый сыр, «Рузский» плавленый сыр с укропом, «Рузский» плавленый сыр с грибами. В состав продуктов входят только натуральные ингредиенты. Срок годности составляет 30 суток.

За гранью привычного

Попытки выйти за пределы привычного ассортимента предпринимались и продолжают предприниматься отечественными сыроделами, но производство «нетрадиционных» для России сыров остается небольшим.

И хотя культура употребления сыра в России в целом невысока, с ростом благосостояния отмечается интерес потребителей к новым сортам сыра, стремление оценить вкусовые качества продукта. На рынке все чаще стали появляться новинки, причем инновации связаны как со вкусовыми качествами, необычными добавками и рецептурой, так и с новой формой продукта.

Создаются единичные бренды, рассчитанные на расширение целевой аудитории. Например, несмотря на то что основными покупателями сыра являются женщины в возрасте от 28 до 47 лет (по данным онлайн-опроса, проведенного Центром маркетинго-

↓ Первую попытку выделиться среди других производителей и закрепить за собой право производить сыр только в своей местности предприняли сыродельцы Костромской области.

↓ Сыры поступают в Россию из 38 стран мира. Среди основных поставщиков, кроме Украины, числятся Белоруссия, Германия и Финляндия.



Сыроделие уже больше века является гордостью Алтайского края: здесь производится каждая седьмая тонна отечественного сыра.

Росту объемов инвестиционных вложений предприятий молочной промышленности существенно способствуют меры государственной поддержки, предусмотренные в регионах.

вых исследований Qualitel Data Services), появляются снековые сыры, ориентированные на молодежь. Не так давно на рынок вышла торговая марка Amme (в переводе с немецкого – заботливая няня), рассчитанная на детскую аудиторию.

Компания Kerry Foods начала выпуск нового продукта в сырной линейке Cheesestrings, которая ориентирована в первую очередь на детей. Ранее в этой линейке были представлены различные лакомства из сыра, а теперь появились и спагетти. Агентство JKR, которое и раньше работало над брендингом Cheesestrings, разработало айдентiku и дизайн упаковки нового продукта. Дизайн выполнен в стилистике основной линейки продуктов и с тем же персонажем на упаковке, однако ему были добавлены длинные «волосы» – для лучшей привязке к теме спагетти.

Осенью минувшего года в России начался выпуск халяльных сыров. Все ферменты, которые используются при изготовлении сыра, – халяльные. Это удалось достичь Комитету по стандарту «Халяль» ДУМ РТ во время проверки производства и замены всех ферментов на халяльные в «Омском заводе плавленых сыров», который входит в десятку крупнейших специализированных предприятий России. Теперь на продовольственном рынке России под знаком «Халяль» будет производиться широкий ассортимент как обычного сыра, так и плавленого.

А на Международной выставке «Продэкспо-2012» «Омский завод плавленых сыров» представил продукты плавленые с сыром ТМ «Маша и Медведь». Эти десерты производятся по рецептурам компании с использованием твердых сыров и высококачественных молочных ингредиентов, благодаря чему они богаты кальцием, белками и жирами. Ассортиментный ряд сладких плавленых продуктов с сыром ТМ «Маша и Медведь» представлен самыми актуальными вкусами: «Ваниль», «Клубника со сливками», «Сливочная ириска» и «Шоколад».

Одним из способов производства более натуральных сыров, которые содержат меньше добавок и в которых отсутствуют ГМО, могут стать ферментативные технологии. Это заявление было сделано на симпозиуме в Корке, Ирландия, куда съехались ученые и диетологи из таких компаний, как Actilait (Франция) и DSM Food Specialties. На мероприятии была представлена презентация доктора Тима Кулбера (Tim Coolbear) из исследовательского центра Fonterra, расположенного в Новой Зеландии. По его прогнозам, спрос на более натуральные продукты, свободные от добавок и ГМО, будет расти. Несмотря на то что технологические и законодательные препятствия для развития данной технологии довольно серьезны, они преодолимы. Он уверен, что ферменты станут решением проблемы. Профессор Пол Росс (Paul Ross), глава Teagasc Food Programme, рассказал: «Сыр представляет крупную и растущую часть нашей молочной индустрии. При его производстве используется 30% цельного молока, а в 2010 году сыра было произведено на 500 млн евро. В эру, когда ожидается расширение молочной индустрии, жизненно необходимо развивать инновации и оставаться изобретательными».

Сегодня все чаще можно встретить сорта с полезными для здоровья добавками, по преимуществу голландские, например, «Йогауда» (с йогуртовыми культурами) или «Олифеста» (с оливковым маслом).

Новый сорт диетического сыра, помогающий организму расщеплять жиры, выведен мастерами-технологами на Алтае. Этот твердый сычужный сыр требует меньше времени на созревание, однако при этом не уступает по вкусовым качествам аналогам, рассказала автор рецепта, исполнительный директор Чарышского маслосырзавода Надежда Казакова.

Сорт назван в честь завода – «Чарышский». Над его рецептурой работали почти год. По словам Надежды Казаковой, этот сыр созревает по ускоренной технологии за двадцать дней вместо стандартных тридцати, но «скоропелость» отрицательно не повлияла на вкусовые качества сыра. Напротив, вкус улучшен за счет добавления липазы – специальных ферментов животного происхождения, которые во время пищеварительного процесса помогают организму расщеплять жиры.

↓ *Переработка отходов, неизбежно имеющих в устаревших технологиях, всегда затратна и низкорентабельна. Переход к новым технологиям, работающим прямо с «головы» – непосредственно от основного сырья, существенно прибыльнее.*

↓ *Молодые ученые нынешнего поколения не поверили давно известной истине об ущербности выпуска творога из сухого молока и в истекшем году провели в Барнауле серию экспериментов.*

Сыроделье уже больше века является гордостью Алтайского края, здесь производится каждая седьмая тонна отечественного сыра. Так, в 2010 году выработано 66,6 тыс. тонн, или 15,4 % от общероссийских объемов. Край занимает первое место в России по производству сычужных сыров. Самыми известными сортами сыра, сваренного на Алтае, считаются «Швейцарский», «Алтайский», «Советский», «Горный».

Кстати, в последние годы на Алтае отмечается интенсивный рост объема производства. За 10 лет количество выпускаемых здесь жирных сыров увеличилось с 23 до 70 тыс. тонн. Сыродельная отрасль края представлена 54 предприятиями различной мощности, крупнейшие из которых – ГК «Киприно», ЗАО «Барнаульский молочный комбинат», «Рубцовский молочный завод» (филиал ОАО «ВБД»), предприятия ГК «Столица молока», ИП Емелин В.П., ООО «Холод», ООО АМК «Угриничь», ООО «СП-переработка».



Сыродельческие предприятия в большинстве своем сегодня убыточны. И речь идет не только о мелких и средних перерабатывающих заводах, но и о крупных.

Лакомый кусочек

Отечественный рынок сыра без преувеличения можно назвать одним из наиболее динамично развивающихся секторов пищевой отрасли, обладающим огромным потенциалом. Несмотря на востребованность продукта, данный сегмент еще очень далек от насыщения как в количественном, так и в качественном выражении.

Именно поэтому для крупных западных производителей растущий российский рынок сыра – лакомый кусочек. Некоторые из них уже заявили о желании инвестировать средства в развитие собственного сырного бизнеса в России, например, Valio, «Сваля», «Арла Фудс». Примером выхода западной компании на наш рынок является сделка PersiCo и «Вимм-Билль-Данна», куда входят, в том числе, сырные активы.

Таким образом, на сегодняшний день российский рынок сыра имеет явную перспективу значительного смещения соотношения отечественной и импортной продукции в пользу последней. По прогнозам экспертов, интерес к нему иностранных производителей будет расти, и в ближайшее время он пополнится новыми европейскими брендами.

Производителям и игрокам рынка, ориентированным на отечественную продукцию, необходимо принимать серьезные меры, чтобы сырный сегмент в России не был целиком захвачен мировыми производителями.

Залогом успеха для них является совершенствование технологий производства, организация выпуска инновационной продукции и расширение ассортиментного предложения, грамотное позиционирование на рынке, обеспечение полной переработки сырья. **МС**

МНЕНИЯ ЭКСПЕРТОВ



Олег Клепиков,
генеральный директор
компании
inFOLIO
Research
Group:

МНЕНИЕ
ЭКСПЕРТА

Общий объем российского рынка сыра в 2010 году составил 388 тыс. тонн. Из них 37,8% – это плавленые сыры, 29% – твердые сыры, 18,1% – полутвердые сыры, 5,2% – сыр мягкий, 5% – сыр рассольный, 4,6% – сыр копченый.

Продажи сыров в 2010 году составили 167 млрд рублей, продемонстрировав рост в 13% по сравнению с 2009 годом. Продажи в Сибирском федеральном округе выросли на 17%, в Центральном и Приволжском ФО рост составил 15%, в Северо-западном ФО – 13%.

По данным за первое полугодие 2011 года было произведено 152 тыс. тонн различных видов сыра.

Экспорт российского сыра в 2010 году составил более 7,6 тыс. тонн. Большую часть, 88% экспорта, занимают плавленые сыры, 6% – твердые сыры. Важнейшими потребителями российских сыров являются Украина (31%), Казахстан (20%) и Туркменистан (18%).

«По данным за первое полугодие 2011 года было произведено 152 тыс. тонн различных видов сыра».

Импорт сыров в Россию составил в прошлом году 211 тыс. тонн. Пул основных поставщиков возглавляют Германия (29%) и Украина (24%). Особняком стоит Финляндия, на которую приходится 11% всех поставок, среди которых 76% занимают плавленые сыры.



**Марина
Петрова,**
директор
по корпоративным
коммуникациям «ПиР
Продукт»

МНЕНИЕ
ЭКСПЕРТА



– Каковы основные показатели и динамика развития российского рынка сыра? Отметьте ключевые тенденции на рынке. С чем они связаны?

– К сожалению, российский рынок сыра в 2011 году продемонстрировал отрицательную динамику. Если емкость рынка сыра в натуральном выражении в 2010 году оценивалась в 805 тыс. тонн, то в 2011-м – 780 тыс. тонн.

Последствия кризиса 2008 года оказывают существенное влияние на структуру потребления сыра. Потребители с невысоким доходом зачастую отказались от потребления даже дешевых плавленых сыров, люди с достатком ниже среднего – отдают предпочтение российским сырам массового спроса, при этом потребители со средними доходами и выше стали потреблять больше дорогих сыров.

Основу товарного предложения составляют сыры массового спроса, в число которых входят полутвердые сыры российского, белорусского и украинского производства, а также 63% всех сыров, ввезенных из стран дальнего зарубежья, представленных такими сырами как «Эдам», «Гауда», «Тильзит» и др.

Самыми популярными остаются сыры «Российский», «Голландский», «Костромской» и «Пошехонский». Из стран дальнего зарубежья наиболее популярны «Маасдам», «Гауда», «Тильзит», «Ольтерманни», «Эдам».

Следует отметить, что еще пять лет назад объемы ввоза «Гауды» значительно превышали поставки «Тильзита», сегодня разница в объемах ввоза не столь значительна, снизились и поставки сыра «Эдам». В определенной степени это связано с тем, что выпуск этих видов сыров освоен отечественными сыроделами, при этом резко возросли объемы поставок «Маасдама».

Одной из тенденций развития сырного рынка – это выпуск брендов, причем в самых различных сегментах. Здесь

следует отметить активность и производителей, и дистрибьюторов, и сетевых операторов, которые размещают заказ на производство продукции под СТМ. Так, дочерняя компания «ПиР Продукт» «ПиР-ПАК» производит СТМ для таких сетей, как Metro, «Квартал», «Дикси», «Монетка», «АБК», «Полушка».

Ориентируясь на мировой опыт, доля СТМ сетей в сегменте может достигать 30%. На данный момент в России она составляет порядка 9%, что предполагает дальнейший рост. В стратегии большинства сетевых операторов включено активное развитие СТМ во всех продуктовых категориях, включая сыр.

Интересен сегмент сыров с использованием образов популярных героев, любимых всей семьей – также один из последних трендов. В 2011 году выведен на рынок бренд «Анимашка» – первый бренд сыра, использующий популярные образы мультсериала «Маша и Медведь», ориентированный на семейное потребление.

– Какие сегменты сырного рынка можно считать наиболее перспективными и почему? В частности, как развивается сегмент плавленых сыров? Что способствует росту популярности плавленых сыров?

– Одним из самых перспективных сегментов является упакованный сыр, уже готовый к употреблению. За последние 7 лет потребитель привык к сыру, нарезанному ломтиками и упакованному промышленным способом. Если раньше на полках магазинов такой сыр был редкостью, то сейчас – обычная практика. Потребитель привыкает к удобству и пробует новые варианты: тертый сыр, нарезанный кубиками и т. д.

Отдельно стоит отметить рост итальянских сыров: моцарелла, пармезан, горгонзола. Например, спрос на горгонзолу за последний год вырос в 3,5 раза с 40,8 тонн до 143,1 тонн.

Производители стараются найти и узко-сегментированные ниши, например, компания «ПиР-ПАК» в конце 2011 года вывела на рынок торговую марку «Pirachi» – это настоящий тертый пармезан для ритейла и сегмента Ho.Re.Ca., то есть «сыр для знатоков сыра».

Существенно возросло потребление молодых и рассольных сыров, в 2011 году их доля в общем объеме потребления составила 3,5%.

Доля плавленых сыров в структуре рынка сыра сокращается, в частности, потребление дешевых плавленых сыров снизилось на 14,6%, так как потребитель очень чувствителен к ценовому фактору

и при снижении цен на товары-заменители (недорогие мясные продукты) выбирает в первую очередь мясо, а не сыр.

При этом следует отметить интерес к более качественным импортным плавленым сырам, в том числе колбасным, таким как Jermi. Последнее связано с тем, что потребитель «распробовал» и оценил вкусный и качественный колбасный сыр!

– Насколько за последнее время возрос интерес западных компаний к российскому рынку? В чем причина и как будет развиваться ситуация дальше?

– В связи с тем что прошло еще немного времени с момента объявления о вступлении России в ВТО, сложно оценить активность западных компаний.

– Какие последствия для отрасли повлечет за собой вхождение России в ВТО, с Вашей точки зрения? Как это событие может сказаться на работе вашей компании?

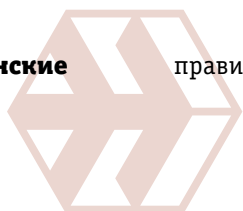
– Вступление России в ВТО предоставляет определенные возможности для российской экономики в целом, но сопряжено с рядом сложностей для отрасли АПК. В ближайшее время будут снижены таможенные пошлины на сыры, и, как следствие, российский потребитель получит возможность получать более дешевую и качественную импортную продукцию, а с другой стороны – начнется серьезная конкурентная борьба между отечественными и импортными производителями. Так как ценовой фактор для российского рынка сыра является одним из основных, после сокращения ценового разрыва российским производителям будет требоваться существенная государственная поддержка.

Кроме того, отечественным производителям необходимо улучшать качество сыра, развивать бренды и сохранять долю рынка.

– Каким Вы видите ближайшее будущее российских производителей сыра и, в частности, вашей компании?

– В 2012 году после вступления России в ВТО и снижения таможенных пошлин эксперты прогнозируют рост потребления сыра. В сложившейся ситуации производителям необходима помощь государства для укрепления сырьевой базы, которая позволит успешно конкурировать с западными игроками.

Если российский сыродель не будут обеспечены достаточным количеством сыропригодного молока, то можно прогнозировать существенное снижение внутреннего производства сыра. **MC**



Гость:
Мария Ишкова,
директор по развитию
Ассоциации производителей
и поставщиков
продовольственных товаров
«Руспродсоюз»

Беседовала:
**Виктория
Загоровская**

Мария Ишкова: Мне везет на людей



1. Фамилия, Имя:
Ишкова Мария

2. Дата рождения:
06 мая 1975 года

3. Место рождения:
Москва

4. Образование:
Московский педагогический университет,
филологический факультет (красный
диплом); кандидат политических
наук, МГТУ им Н. Э. Баумана

5. Название компании, должность:
Ассоциация производителей
и поставщиков продовольственных товаров
«Руспродсоюз», директор по развитию

6. Сколько времени Вы работаете
на руководящей должности:
более 10 лет

7. Основные достижения в карьере:
директор по общественным и корпоративным
отношениям издательства «Эксмо»;
директор управления внешних
связей Торгового дома «Копейка»

8. Семейное положение:
замужем

9. Хобби:
дизайн и пошив эксклюзивной одежды,
чтение, афористика, фитнес

Вы с детства были лидером в компании? Какие игры любили?

– Сколько себя помню, всегда физически плохо переносила конфликты и неизбежно бросалась их улаживать. Поэтому всегда получалось, что моей ролью в самых разных детских компаниях было примирение непримиримых сторон и нахождение той единственной цели, которая могла бы их объединить. Не уверена, что это можно назвать лидерством, но это правда моей жизни.

Дорогие дамы, чтобы успешно донести свои соображения до целевой аудитории – изучайте ее язык и говорите на языке ситуации и ваших слушателей. Мы же не пытаемся объяснить с китайцами по-русски, а ищем переводчика или учим язык!

Летом, в свободное от чужих конфликтов время, я любила крутить немислимые кульбиты на турниках, лазать по деревьям и строить обувь из песка. А значительную часть школьного детства провела

Хороший человек – не профес-
сия. Я слишком дорожу и своей
работой, и своими друзьями,
чтобы их совмещать.

Ни один подчиненный не спосо-
бен удержать в памяти такое
количество деталей, которое
благополучно архивируется
в мозгу руководителя и каж-
дый раз в нужный момент ока-
зывается «под рукой».



учили, хотя с некоторыми было ну
очень нелегко.

**Какими качествами, на Ваш взгляд,
должна обладать современная
business woman? Что отличает жен-
щину в бизнесе?**

– Мне думается, в этом мире нет ген-
дерных скидок. Помните, «ничего лич-
ного, только бизнес»? Важен характер
и склад ума, умение не сдаваться. Но
женщина, которая хочет быть успеш-
ной в деловом мире, должна в совер-
шенстве уметь переходить на разные
«языки» общения. Не секрет, что муж-
чины вне зависимости от статуса зачас-
тую просто не воспринимают нашу
излишне эмоциональную и отягощен-
ную деталями манеру изложения сути
дела. Поэтому, дорогие дамы, чтобы
успешно донести свои соображения до
целевой аудитории – изучайте ее язык
и говорите на языке ситуации и ваших
слушателей. Мы же не говорим с ки-
тайцами по-русски, а ищем перевод-
чика или учим язык!

**Что Вы считаете главным достиже-
нием за время своего руководства?**

– То, что мне удалось выступать в ро-
ли камертона и создавать правильный
психологический настрой в командах,
будь это постоянные, уже сплочен-
ные коллективы или участники круг-
лого стола, некоторые из которых ви-
дят друг друга впервые. Я отнюдь не
считаю себя самой умной или талант-
ливой и совершенно не стремлюсь
к пьедесталу лидера, зато я умею ви-
деть в людях талант и правду, которые
они еще сами за собой могут не знать,

на сцене. При этом, как и многие пер-
фекционисты, окончила школу с зо-
лотой медалью.

**Назовите три главные черты Ваше-
го характера.**

– Колоссальное терпение, умение ви-
деть позитив даже в самых безвыход-
ных ситуациях, стремление посмо-
треть на любую проблему глазами
противоборствующих сторон. От пер-
фекционизма планомерно избав-
ляюсь – в крайних формах он превра-
щается в занудство.

**В Вашей жизни был человек, ко-
торого Вы могли бы назвать своим
Учителем?**

– Честно – мне везет на таких лю-
дей. А может, я просто люблю учиться.
С огромной благодарностью вспоми-
наю, например, всех научных руково-
дителей, президентов и генеральных
директоров, с которыми я работала:
они действительно многому меня на-

*Мне удается
выступать в роли
камертона и создавать
правильный
психологический
настрой
в командах, будь
это уже сплоченные
коллективы или
участники круглого
стола, которые
встретились впервые.*

Хороший человек – не профессия. Я слишком дорожу и своей работой, и своими друзьями, чтобы их совмещать.



и помогаю им открыть эти качества, вовремя и правильно быть услышанными.

Дело «с большой буквы» изменило Вас как человека, внутренне как-то переформатировало?

– Да. Каждый мой новый проект сложнее предыдущих и заставляет в чем-то бросать вызов себе, расти над собой. И еще я заметила, что с повышением статуса и масштаба бизнеса у меня, как и у многих «топов», изменяется объем «оперативной памяти». Ни один подчиненный не способен удержать в голове такое количество деталей, которое благополучно архивируется в мозгу руководителя и каждый раз в нужный момент обязательно оказывается «под рукой». Не может до тех пор, пока сам не дорастет до этой ступени.

Из сопутствующих этому недостатков – многие элементарные базовые навыки уходят как ненужные, будучи перегруженными на плечи подчиненных. Поэтому руководители иногда выглядят такими беспомощными в глазах своих помощников.

Что Вам приносит в работе наибольшее удовлетворение?

– Хорошо сделанное дело, которое имеет не только бизнес-составляющую, но и социальную ценность.

Как Вы отбираете людей в свою команду?

– Принцип только один – никогда по дружбе. Хороший человек – не профессия. Я слишком дорожу и своей работой, и своими друзьями, чтобы их совмещать. Правда, с годами приобретаешь множество друзей по бизнесу, в отношении которых это правило не действует столь строго, потому что они проверены в реальных профессиональных боях.

Многие элементарные базовые навыки уходят как ненужные, будучи перегруженными на плечи подчиненных. Поэтому руководители иногда выглядят такими беспомощными в глазах своих помощников.

Какие качества в людях Вы не приемлете? И каким нужно быть, чтобы Вам понравиться?

– Я очень толерантна. Единственное, пожалуй, чего не могу вынести, так это манеру самоутверждаться, унижая других людей. Если это происходит в моем присутствии, превращаюсь просто в фурию. А недавно заметила, что плохо переношу, когда некоторые публичные люди начинают сеять панику и рисовать мрачные картины. Самое неприемлемое в любой ситуации – это опустить руки и сдаться. Вот тогда точно шансов на победу нет.

В семье Вы тоже босс?

– Ни в коем случае! В семье я муза – и счастлива этим. **MC**

Новые пакеты для сыров АМИВАК СН-ВП Дают газу!

Свободно выпускают избыток газа при созревании
Предотвращают проникновение кислорода
Способствуют качественному созреванию сыров




АТЛАНТИС-ПАК

Телефон горячей линии: **8 800 500 8585**

Адрес: 346703, Россия, Ростовская область, Аксайский район,
х. Ленина, ул. Онучкина, 72

Факс: +7 (863) 261-85-79, E-mail: sales@atlantis-pak.ru

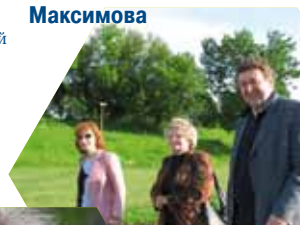
Всегда свежая информация о наших продуктах и услугах:

www.atlantis-pak.ru



Гость:
Григорий Рогов,
директор по продажам
в подразделении пищевой
упаковки компании
Sealed Air

Беседовала:
**Елена
Максимова**



Григорий Рогов: Я с детства хотел много путешествовать!

досье

1. Фамилия, Имя:
Рогов Григорий

2. Дата рождения:
31 июля 1961 года

3. Место рождения:
Ярославская область, г. Углич

4. Название компании, должность:
Sealed Air, директор по продажам
в подразделении пищевой упаковки;
зона ответственности: страны –
бывшие республики СССР

5. Работает в продажах:
с конца 1995 года

6. Места, где был в командировках:
в зоне своей ответственности:
практически везде, где есть пищевые
предприятия. Почти во всех
европейских странах, США и ЮАР

7. Общая сумма заключенных контрактов:
не считал, и никогда не
приходило в голову посчитать.
Принципиальна не сумма, а сам
факт заключения сделки

8. Семейное положение:
женат, есть двое детей и внука

Где Вы работали до того, как стали продажником?

– Сразу после школы, не поступив в Московский технологический институт мясной и молочной промышленности, я пошел работать во ВНИИМС (Всероссийский научно-исследовательский институт сыроделия и маслоделия) лаборантом. После года работы начал учиться заочно. За 17 лет в НИИ прошел путь по карьерной лестнице до заведующего лабораторией микробиологии. В постперестроечные годы наука столкнулась с проблемой нехватки финансирования. У нашего института тоже не было денег, чтобы ездить на предприятия, а только такие выезды давали возможность правильно ставить задачи перед исследователями. И как раз в это время, в 1995 году, мне предложили поработать в компании Стуовас («Криовак») – подразделение пищевой упаковки предприятия «Силд Эйр» (в то время Стуовас принадлежал компании «Грейс»). Я согласился, решив, что поработаю там год-два, пойму, какие направления стоит разрабатывать науке для успешного развития пред-

приятий пищевой промышленности, и вернуться в НИИ. В итоге втянулся.

В науку больше не тянет?

– Тянет. Я читаю научные статьи по микробиологии сыров, мяса и птицы. Уверен, если вдруг когда-нибудь уйду из компании – обязательно пойду в науку. Кстати, мои коллеги, зная мое пристрастие к науке, подарили мне микроскоп. Такого микроскопа у меня не было, даже когда я работал в лаборатории.

Когда Вы осуществили свою первую сделку? Как она повлияла на Вашу карьеру?

– Я пришел работать в Стуовас практически накануне выставки World Food и, естественно, я участвовал в мероприятии. Там я познакомился с представителями Якутского молокозавода. Они собирались наладить производство сыров и изъявили желание купить упаковочную машину для них. После выставки мы общались по телефону, причем у меня на общение с ними было только

В Англии при встрече партнеры сначала обсуждают гольф и только потом переходят к делу. В России же очень часто бизнес-партнеры беседуют о политике. И продавец должен уметь поддержать любой разговор.

Я чувствую себя хорошо там, где я нужен. Но, наверное, в поле все-таки лучше, так как там идет живой контакт с людьми.



ему пытаются что-то «втюхать». Бывают случаи, когда мне удается убедить партнера купить что-то настолько полезное для него, что впоследствии он думает, будто сам, без моей помощи, принял решение о покупке.

А пример можно?

– Одному из производителей сыров мы предложили пакеты для бескоркового созревания сыра. Изначально нас восприняли в штыки – предприятие использовало на тот момент более популярный корковый метод созревания. Мне стоило больших усилий уговорить генерального директора и главного инженера попробовать то, что для них было в новинку, но в итоге все же удалось это сделать. Через пару лет, когда я снова посетил это предприятие, ко мне подошел главный инженер и сказал: «Помнишь, ты не хотел продавать нам машину для вакуумной упаковки сыра (необходима для бескоркового созревания сыров)? Как хорошо, что я тогда настоял на том, чтобы ее у тебя купить!» Мне было очень приятно это слышать – даже спорить с ним не стал.

Когда для Вас заканчивается продажа?

– Если говорить про оборудование – то тогда, когда оно уже списано, если речь идет о материалах – то тогда, когда они уже использованы и продукт продан конечному покупателю. Нельзя считать, что выполнив отгрузку, вы сделали свое дело, клиента нужно вести до конца.

Ваша компания продает оборудование не только сыроделам, но и мясопереработчикам. Чувствуется ли между ними разница?

– Да, разница есть. В мясной отрасли работают более жесткие люди, чем в молочной и сыродельной. Видимо, это связано с тем, что молочникам и сыроделам, в отличие от мясников, не приходится сталкиваться с убоим. Хотя бывают и исключения.

Может ли иметь место флирт с представителями противоположного пола при деловом общении? Насколько он может помочь осуществить успешную сделку?

– Нет, он только испортит дело, даже если поможет на короткий промежуток времени. Определенное внимание – да: открыть дверцу машины

по 2 часа в день из-за разницы во времени. Через две недели мы заключили контракт.

Какую профессию Вам пророчили в детстве родные?

– Я родился в семье ученых-микробиологов и провел все детство в научном городке. Поэтому родные думали, что моя деятельность будет связана с молоком и сыроделием. Но мне хотелось другого: быть капитаном или штурманом дальнеокеанского лайнера. Хотел много путешествовать. И сейчас детская мечта отчасти сбылась: путешествовую я действительно много.

Каковы, на Ваш взгляд, главные качества хорошего продавца?

– Умение хорошо слушать и слышать, то есть правильно понимать информацию. И оперативно ее анализировать.

Какие ошибки неопытные продавцы делают наиболее часто?

– Проработав столько лет в продажах, я стал обращать внимание на то, как ведут себя продавцы, например, в супермаркетах электроники. И зачастую они делают все абсолютно бездумно, по шаблону, которому их научили на курсах. Они не слышат клиента. Кроме того, неопытные продавцы зачастую воспринимают желаемое за действительное: живой интерес клиента они принимают за желание что-то купить. Однако это выправляется практикой.

Расскажите о Вашей стратегии ведения переговоров.

– На встрече с клиентом я беру инициативу в свои руки. В первую очередь я стараюсь расположить к себе собеседника, важно, чтобы он понял, что после нашей сделки в выигрыше окажутся обе стороны. В теории продаж это называется «положение win-win». У клиента не должно быть ощущения, что



День «в поле»

В деловую поездку я обязательно беру с собой ноутбук.

Находясь в пути, я готовлюсь к деловой встрече.

Собираясь на переговоры, просматриваю материалы, которые могут заинтересовать клиента, собираю информацию, которая может понадобиться, в отдельной папке ноутбука.

Если я опаздываю на встречу ... такого пока не было: предпочитаю приехать на час-два раньше и посидеть в машине, если встреча в Москве. Если лечу самолетом – всегда выбираю рейсы, которые прилетают заблаговременно.

Если мой потенциальный клиент опоздал на встречу, воспринимаю это нормально. Если клиента приходится ждать больше 20 минут и он при этом не отзванивается – звоню ему сам, чтобы выяснить, что случилось. Опоздания меня не раздражают, так как я не планирую на один день множество встреч: во-первых, ты не сумеешь должным образом подготовиться к каждому переговорам, во-вторых, в случае опоздания клиента график сильно смещается.

Как правило, я могу определить, готов ли человек подписать контракт по определенным фразам, изменению интонации, которые выдают заинтересованность клиента.

После подписания договора начинается основная работа. Ведь само заключение контракта – лишь 5% сделки. Тот, кто отвечает за подписание договора, берет на себя обязательства перед клиентом, и именно этот человек должен проследить, чтобы все остальные службы компании сработали качественно: отделы планирования и закупок, производство, логистическая служба и др.

– Сотрудник, профессионально занимающийся продажами, – это человек, умеющий слышать, анализировать. Эмоциональная личность, но не паникер – паникеров не люблю. Важно также, чтобы человек был подвижным и умел организовать себя и других. И, безусловно, продавец должен быть эрудирован. Как правило, переговоры никогда не ограничиваются только деловым общением. В Англии, например, при встрече партнеры сначала обсуждают гольф, в США – американский футбол и только потом переходят к делу. В России очень часто бизнес-партнеры беседуют о политике, о текущем состоянии дел в отрасли, и продавец должен уметь поддерживать любой разговор.

Как Вы мотивируете своих сотрудников на высокий объем продаж?

– Разными способами. Два раза в год устраиваем собрания, на которых подчеркиваем важность каждого работника, обсуждаем, кто чего достиг, анали-

зируем успехи. Кроме того, каждый год мы выбираем лучших продавцов, которые вместе с женами едут во Флориду, где им вручают приз. Это не только мотивирует сотрудников и дальше работать усердно, но и влияет на укрепление семейных отношений.

Какой фильм Вы порекомендовали бы посмотреть?

– Всем рекомендую посмотреть фильм «Плесень», созданный 1-м каналом. Он заставляет задуматься о жизни и о том, кто мы в этом мире.

Если бы у Вас были неограниченные ресурсы, что бы Вы подарили своему клиенту на юбилей?

– Стабильность в жизни. О ней мечтает каждый человек, и такой подарок был бы оценен по достоинству.

Что Вы считаете самым важным в жизни?

– Семья, она важнее, чем работа. И удовлетворенность: своими действиями, работой, жизнью. Человеку должно нравиться все, что он делает! **mc**

даме, например. Но не флирт. От него надо бежать.

Сколько Вам нужно времени, чтобы составить мнение о новом собеседнике?

– Все зависит от человека. Иногда достаточно и пяти минут, причем в 95% случаев мнение, составленное за это короткое время, оказывается правильным.

На что Вы обращаете внимание, общаясь с человеком?

– На многое: на то, как человек разговаривает, на его поведение, одежду, даже запахи.

Где Вы себя чувствуете лучше: в офисе или «в поле»? Почему?

– Я чувствую себя хорошо там, где я нужен. Но, наверное, в поле все-таки лучше, так как там идет живой контакт с людьми. Кроме того, когда руководитель в офисе, сотрудники переключаются на него решение даже незначительных проблем, когда его нет – им приходится работать самостоятельно.

Кстати, к своим сотрудникам Вы предъявляете высокие требования? Какие?

– Требования у нас действительно высокие: нам нужны самоорганизованные люди, профессионалы в своем деле.

Вообще я провожу очень много собеседований и понимаю, насколько тяжело выбрать людей, которые отвечали бы требованиям нашей компании.

И каким, по-Вашему, должен быть идеальный продажник?



EUROMONITOR INTERNATIONAL

СЕМИНАР

Российский рынок FMCG: стратегии развития в условиях меняющегося потребительского поведения

Euromonitor International в пятый раз проводит эксклюзивный бесплатный семинар для ключевых представителей розничной торговли, игроков рынков продуктов питания и напитков, косметики и парфюмерии, а также других индустриях FMCG. Не упустите возможность узнать последние новости о потребительских тенденциях в России и их влиянии на основные рынки FMCG!

Темы для обсуждения:

- Динамика и особенности модели потребительских расходов в России и Восточной Европе
- Тенденции российского потребительского рынка: сегодня и завтра
- Направления развития: стратегии в сфере розничной торговли и общественного питания
- Мировые тенденции в упаковке и их влияние на российский рынок

Увидимся в Москве!
Euromonitor International

Регистрация для участия в семинаре
<http://www.euromonitor.com/market-insight-seminar>

Семинар состоится
26 апреля 2012 года, с 13:30 до 18:00
в гостинице «Марриотт Кортярд»
по адресу Вознесенский пер. 7, Москва

дополнительная информация
seminar@euromonitor.it
+370 5 243 1577 # 4603

Семинар бесплатный. Количество мест ограничено.
Все презентации будут представлены на русском языке, без перевода.

Партнеры:



Целевая программа Орловской области

В Орловской области утверждена целевая программа развития молочного животноводства, действие которой рассчитано до 2016 года. За это время власти надеются удвоить производство молока в регионе, сообщили в региональном правительстве.

Общий объем финансирования «молочной» программы – более 12,2 млрд рублей. При этом большая часть средств поступит из внебюджетных источников (около 11,7 млрд рублей). Областной бюджет выделит на эти цели 153,7 млн рублей, федеральный – 135,7 млн рублей.

До 2016 года в области планируют построить или реконструировать не менее 18 молочных ферм, закупить 16,5 тыс. голов племенного скота с высоким генетическим потенциалом, создать условия для закупки фермерами и владельцами ЛПХ 9 тыс. голов молочного скота и т. д.



Региональные власти рассчитывают, что в результате реализации программы валовое производство молока в области вырастет до 426 тыс. тонн в год. Для сравнения: в 2011 году в Орловской области получено 231,1 тыс. тонн молока.

abire.ru

Китай – катализатор спроса на молочную продукцию

В 2012 году Китай станет основным катализатором мирового спроса на молочные продукты, а импорт цельного сухого молока (WMP) в страну, по прогнозам, вырастет на 7%.

Продолжающаяся урбанизация и сохраняющаяся озабоченность по поводу качества и безопасности молочных продуктов местного производства окажут поддержку росту спроса на импортную молочную продукцию, уверены аналитики.

Китайский импорт молочных продуктов резко возрос за последние десять лет с 220 тыс. тонн в 2001 году до более 1 млн тонн в 2011 году.

Цельное сухое молоко является основным продуктом в категории импортной молочной продукции в последние годы. Однако импорт молочной сыворотки в Китай также набирает обороты, увеличившись в 2011 году с 274 тыс. тонн до 356 тыс. тонн и составив 33% от общего объема импорта молочной



продукции в Китай. Объем импорта сухого молока немного снизился в 2011 году, примерно на 1,8%, и в настоящее время составляет 30% от общего объема импорта молочной продукции.

Китайский импорт сливочного масла и сыров увеличился более чем на 20% в прошлом году и будет продолжать расти в виду изменений диеты и гастрономических предпочтений населения, а также увеличения присутствия западных продуктов и роста их популярности на китайском рынке.

milknet.ru

Детям вернули бесплатное молоко

Депутаты Законодательного собрания Калужской области приняли закон, возвращающий бесплатную выдачу творожков и кефира для детей в возрасте до трех лет.

В конце прошлого года были приняты поправки, которыми закрывалось производство на молочных кухнях области. Для детей в возрасте до года творожки и кефир с молочных кухонь заменились на продукцию промышленного производства, а малышам от года до трех



лет вместо них предлагались сухие адаптированные молочные смеси и сухие каши. После того как калужские родители вышли на акции протеста и обратились к губернатору, это решение было отменено.

«Принимаемый закон дополняет питание детей второго и третьего года жизни детским творогом и кисло-молочным продуктом промышленного производства или с молочных кухонь по выбору родителей, где это возможно. Всего на 11 месяцев 2012 года на эти цели потребуется 70,389 млн рублей», – сказал на заседании министр здравоохранения Калужской области Сергей Степанов.

interfax-russia.ru

Келли Осборн рекламирует молоко

Дизайнер и телеведущая Келли Осборн (Kelly Osbourne), которая постоянно критикует манеру одеваться своих коллег по шоу-бизнесу, с рекламных постеров Make Mine Milk призывает пить молоко не больше 2% жирности.

Оно легко усваивается и полезно для здоровья. 27-летняя белокурая звезда изображена в рекламе с «молочными усами», ставшими традиционными для акции Make Mine Milk, в образе Мэрилин Монро. Келли красуется в красном атласном халатике и в бигуди перед зеркалом с миской кукурузных хлопьев, залитых молоком. Платок подписан «Завтрак, макияж, гардероб».



Цель создателей организации Make Mine Milk – увеличить потребление молока с низким содержанием жира в Великобритании. Отметим, что первые рекламы со знаменитостями и «молочными усами» появились в 1993 году в Америке, где запустилась масштабная акция «Got Milk?» по пропаганде полезных свойств коровьего молока. Социальная реклама должна была убедить людей потреблять больше этого здорового напитка. За годы проведения кампании «Got Milk?» в ней участвовали различные знаменитости: американская актриса Анджелина Джоли, певица Бейонсе, топ-модель Хайди Клум, актер Руперт Гринт и певец Джастин Бибер.

Летом 2011 года в рамках кампании была выпущена скандальная реклама «Got Milk?», которая утверждала, что потребление молока помогает уменьшить негативные эффекты ПМС у женщин. Рекламу запретили, назвав ее сексистской.

wday.ru

Россия и Украина унифицируют техрегламенты

Россия и Украина договорились унифицировать техрегламенты до конца 2012 года с тем, чтобы не допустить в будущем возникновения так называемых «сырных войн».

Об этом сообщил глава комитета Государственной думы по делам СНГ и связям с соотечественниками Леонид Слуцкий, который входил в состав делега-

ции Госдумы во главе со спикером Госдумы Сергеем Нарышкиным, прибывшей на Украину.

«Из-за нестыковки техрегламентов возникают «сырные» и подобные скандалы, поэтому по итогам переговоров с главой кабинета Украины Николаем Назаровым было



объявлено о том, что значительная часть чувствительных для торговли между Россией и Украиной техрегламентов будет приведена в соответствие друг с другом до конца 2012 года. Это знаковое решение», – сказал господин Слуцкий.

Он также заверил, что Госдума и украинская Верховная рада продолжат тесные контакты в плоскости парламентской дипломатии, которая, по его словам, «проходит часто там, где не проходит дипломатия официальная».

Напомним, ранее Сергей Нарышкин сообщил в ходе визита на Украину о том, что была достигнута договоренность «в достаточно короткий срок выделить чувствительную продукцию, которая торгуется предприятиями наших двух стран, и по возможности согласовать и отрегулировать этот вопрос стандартов и технического регулирования».

rbc.ru

Контроль за «молочным балансом»

Минсельхоз РФ усилит контроль за выполнением Беларусью баланса по торговле молоком и молочной продукцией на 2012 год.

Как сообщила Министр сельского хозяйства РФ Елена Скрынник, ведомство приступило к анализу данных, изложенных в обращении Национального союза производителей молока («Союзмолоко») в адрес Минсельхоза РФ и Минсельхозпрода Беларуси.



Союз считает необходимым «в кратчайшие сроки внести коррективы в совместный баланс торговли молоком и молочными продуктами на 2012 год, исключить сухое молоко и сухую молочную сыворотку из перечня молочных продуктов, поставляемых белорусскими предпри-

ями в Россию». Кроме того, авторы письма обращают внимание на то, что цены на белорусскую продукцию, реализуемую в России, значительно ниже цен на продукцию отечественных производителей.

Как словам Е. Скрынник, эта проблема обоим ведомствам известна.

Вместе с тем она выразила сомнение в том, что из баланса могут быть исключены белорусские сухое молоко и сухая молочная сыrovотка. «Мы работаем в условиях Таможенного союза, у нас согласованные меры поддержки сельского хозяйства. Но если они ввозят больше, чем у нас согласовано в балансе, то это уже тема для беседы», – заявила госпожа Скрынник.

Аграрные ведомства России и Беларуси начали согласовывать и подписывать прогнозные балансы по молоку и молочным продуктам с 2009 года – после так называемой «молочной войны», когда белорусское сухое молоко поставлялось по ценам, которые были гораздо ниже цен российских производителей. В балансах оговариваются конкретные объемы взаимных поставок по определенным видам продукции.

interfax.by



Эффективная господдержка

Министр сельского хозяйства РФ Елена Скрынник совместно с ведущими производителями молочной продукции представили прогноз среднемесячных базовых индикативных цен на сырое молоко в 2012 году.

В этом году они составят не менее 12 рублей и не более 16 рублей за килограмм сырого коровьего молока первого сорта. Е. Скрынник напомнила о том, что ежегодно подписываются прогнозные балансы по поставкам молока с Беларусией, которые позволяют в ручном режиме регулировать ситуацию на внутреннем рынке по объемам и ценам. В 2012 году такая практика будет продолжена.

Министр также отметила, что в разработанной Госпрограмме до 2020 года будут продолжены все действующие направления поддержки, а также предусмотрены новые, направленные на развитие переработки, инфраструктуры, сглаживание сезонности в производстве молока.

В ходе встречи было отмечено, что принимаемые меры господдержки уже дали серьезный эффект.

Так, в минувшем году на 43% снизился импорт сухого молока, что стало результатом увеличения на 25% объемов внутреннего производства, введения технического регламента, ограничивающего использование сухого молока в производстве питьевого молока, а также увеличения с 2010 года пошлин на импорт из дальнего зарубежья.

На 8% выросло производство российской молочной продукции для детей раннего возраста. Увеличился выпуск детских сухих молочных смесей. Кроме того, активно идет процесс импортозамещения на рынке сыров и сливочного масла. В 2011 году выработка отечественного сливочного масла выросла на 4,5% до 216 тыс. тонн, одновременно импорт снизился на 4%. По натуральным сырам – производство выросло на 3%, импорт сократился на 2,8%.

IA DairyNews

Молочный рынок ждет рост

Российский рынок молочных продуктов до 2015 года имеет значительный потенциал роста: 4-6% ежегодно, несмотря на уже существующий высокий уровень потребления.

Россия входит в число стран с наиболее высоким уровнем потребления молочных продуктов, и несмотря на это рынок все еще обладает достаточно высоким потенциалом роста, говорится в исследовании консалтинговой компании KPMG. Эксперты KPMG считают, что объем потребления молочных продуктов в текущем году увеличится на 6-8%, при этом цены вырастут на 8-10%. В дальнейшем, с 2013 по 2015 годы, темпы роста потребления замедлятся до 4-6% в год. В денежном выражении рынок будет ежегодно увеличиваться на 5-7%, что станет возможным за счет увеличения потребления йогуртов и десертов. К тому же сырье будет дорожать из-за его дефицита.



Исполнительный директор Молочного союза Владимир Лабинов категорически не согласен, что йогурты и десерты станут локомотивом роста рынка. «Потребление йогуртов и десертов достигло своего насыщения, и дальнейшее развитие рынка станет возможным за счет увеличения потребления цельномолочной продукции – молока, кефира, сметаны, масла, сыра», – считает он.

rbcdaily.ru

Поголовье скота в РФ

В 2011 году впервые за 20 лет прекращена тенденция снижения поголовья крупного рогатого скота, сообщила в Госдуме глава Минсельхоза Елена Скрынник.

«В настоящее время производство мяса скота в живом весе составляет 2,9 млн тонн, молока – за 6 лет увеличилось на 1,8% и доведено до 31,742 млн тонн, – сказала она. – В то же время в мясном и молочном скотоводстве происходят качественные изменения, которые как раз и характеризуют позитивный тренд в развитии этого направления».



Во-первых, продолжает она, в 2011 году впервые за 20 лет прекращена тенденция снижения поголовья крупного рогатого скота. Во-вторых, растет доля племенного скота: в мясном стаде – с 41% в 2006 году до 60% в 2011 году, в молочном – с 6% до 11,3%. И, в-третьих, благодаря качественному изменению состава поголовья, замещению менее продуктивных пород более продуктивными, на 20% увеличились средние надои молока, товарность выросла до 61%.

Российская газета

Создание семейных ферм

Министр сельского хозяйства РФ Елена Скрынник провела видеоконференцию по вопросу реализации программы по созданию семейных животноводческих ферм.

С 2009 по 2011 годы в рамках программы, направленной на создание экономических и финансовых предпосылок для развития семейных животноводческих ферм на базе крестьянских (фермерских) хозяйств, построено и реконструировано 470 ферм, что на 170 ферм превышает целевой индикатор. Из них построена новая 291 ферма, реконструировано – 179 ферм. В том числе 385 ферм молочного направления и 85 ферм других направлений. За период действия программы введено 73 перерабатывающих предприятия. Ее реализация позволила создать почти 1700 новых рабочих мест при запланированных 1500.

Для дальнейшего эффективного развития данного направления в рамках программы на 2012-2014 годы вводится новый вид поддержки



за счет средств федерального и регионального бюджетов в качестве предоставления гранта на развитие семейных ферм. С 2013 по 2020 годы программа будет реализовываться в рамках Госпрограммы. На создание семейных животноводческих ферм в 2012-2014 годах планируется выделить из федерального бюджета 4,9 млрд рублей, столько же из региональных бюджетов.

На сегодняшний день на участие в мероприятиях программы подали заявки 58 регионов. При этом в 26 субъектах РФ уже разработаны свои региональные программы развития семейных животноводческих ферм.

IA DairyNews

Рост спроса на молочные продукты в мире

Продолжающийся экономический рост и рост населения в развивающихся странах приведут к увеличению спроса на молочные продукты, говорится в докладе Комитета Еврокомиссии по вопросам развития сельского хозяйства.

Леннарт Хольштрам, советник Шведской ассоциации молочных производителей, считает, что продолжающийся рост спроса на молочную продукцию на мировом рынке окажет благоприятный эффект на уровень цен на молочные продукты.

Экспорт сыра и сухого молока из ЕС увеличится, в то время как объем экспорта сливочного масла будет падать. Накопления запасов молочной продукции в Европе не следует ожидать до 2020 года.

Еврокомиссия считает, что ожидаемое укрепление курса евро в конечном итоге приведет к снижению конкурентоспособности ЕС на международном молочном рынке. Таким образом, доля присутствия



ЕС на мировых молочных рынках, вероятно, уменьшится. Объем производства молока в Европе, как ожидается, увеличится на 4,5% в период между 2011 и 2020 годами.

milknet.ru



В 2012 году мировой рынок сыра ожидает рост. Вместе с увеличением объемов производства сыров в мире будут расти и объемы международной торговли.

Мировой рынок сыра

Сыр является одним из наиболее популярных молочных продуктов, потребляемых во всем мире. Сыр – высокоценный натуральный пищевой продукт, получаемый из молока путем ферментативного свертывания молока, изъятия сырной массы и ее дальнейшей обработки и вызревания. Существует очень большое число разновидностей данного продукта – более 4 тыс. видов, его употребляют во многих странах мира.

Больше всего сыра производят и потребляют в Европе, где издавна сложилась культура потребления этого продукта. Также крупными очагами потребления являются: Западная Азия, Индия, Пакистан, Кавказ, Монголия, Среднеазиатский регион, Казахстан, Северная Африка. Странами, где сыр не пользуется большой

Global cheese market

Cheese is one of the most popular milk products all over the world. Cheese is high-value natural food product made of milk by enzymatic milk curdling, removal of cheese mass and its further treatment and ripening. There is a wide variety of the product – about 4 thousand types; it is consumed in many countries.

The largest volume of cheese is consumed in Europe where the culture of its consumption has long history. Also the large consumption zones are: West Asia, India, Pakistan, Caucasus, Mongolia, Mid Asia, Kazakhstan, and North Africa. The countries of low popularity of cheese and almost lack of cheese



Автор:

Юлия Колпакова,
аналитик департамента
бизнес-планирования
и маркетинговых
исследований Global
Reach Consulting

Author:

Yulia Kolpakova,
analyst of Business-
planning and Marketing
Researches Department,
Global Reach Consulting

In 2012 the world cheese market growth is expected. With increase of production volumes the volumes of international trade will also grow.

Exclusively of the EU countries Russia is the largest importer of cheese and cottage cheese in the world. It is the key outlet area for European exporters.

популярностью и практически не производятся, являются Китай и некоторые страны из юго-восточной части Азии (здесь вместо животного молока употребляют соевое).

Европейский рынок сыра является самым большим в мире, и несмотря на довольно высокие показатели потребления на душу населения, он динамичен и характеризуется устойчивым ростом.

Как показывает международная статистика, Европейский Союз лидирует по производству сыров в мире, доля ЕС 27 в структуре мирового производства достигает 47%. Общий объем производства сыров в странах ЕС с каждым годом увеличивается, в 2010 году производство увеличилось более чем на 2%, по оценкам на 2011 год рост составил 1,4%. Согласно прогнозам производство сыров в Европе продолжит расти и в 2012 году, однако темпы этого роста немного сократятся. Прогнозный показатель роста производства сыров для ЕС на 2012 год находится в пределах 1%.

В целом рынок сыра – не самый динамичный сегмент на европейском молочном рынке, первенство в этом принадлежит сегментам сухого молока и масла. Как отмечают эксперты, это более прибыльные подотрасли, нежели производство сыра. В результате, для большей эффективности работы производителям сыров приходится пересматривать свои стратегии развития, внедрять новые механизмы роста, либо выходить на новые географические рынки. Все это происходит под влиянием основных трендов молочной отрасли, а также экономики Европы в целом.

На втором месте по объемам производства сыров в мире находятся Соединенные Штаты, доля этой страны в структуре мирового производства достигает 32%. Темп роста производства сыров в США все последние годы заметно опережал европейский уровень. На сегодняшний день объем производства сыров в этой стране находится в историческом максимуме и по прогнозам в ближайшие годы продолжит увеличиваться. Как ожидается, в 2012 году показатель роста производства для Соединенных Штатов закрепится на уровне 2%, что заметно выше, чем прогнозный показатель для Европы.

Помимо отмеченных стран, крупными производителями сыров в мире являются Бразилия, Аргентина, Россия, Австралия, Новая Зеландия и др.

Россия является крупным потребителем сыра и сырных продуктов в мире, помимо довольно высоких объемов производства, для России характерен высокий уровень импорта в общей структуре потребления. По 2007 год включительно производство сыров и сырных продуктов в России имело устойчивую тенденцию к росту. 2008-2011 годы – период попеременного роста и снижения объемов производства сыров, максимума этот показатель достигал в 2009 году – более 440 тыс. тонн продукции. Доля импорт-

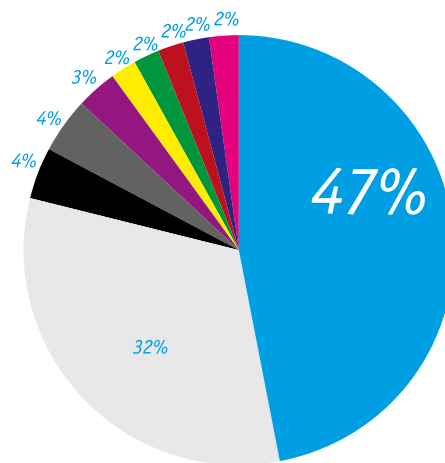


Рисунок 1. Структура мирового производства сыров в натуральном выражении в 2010 г., тыс. тонн и %

Figure 1. Structure of cheese production in natural units in 2010, thous. tons and %

production are China and several South-Eastern Asia countries (soy milk is used in these countries except for animal milk).

European cheese market is the largest in the world and, despite high consumption indices per capita, it is dynamic and is characterized by steady growth.

According to global statistics, European Union leads in cheese production in the world; the share of EU 27 at the global market reaches 47%. Total volume of cheese production in the EU countries grows year by year; in 2010 the production grew by over 2%; estimations of 2011 show the growth by 1.4%. According to forecasts, the cheese production in Europe will continue to grow in 2012 but the growth rates will be slightly less. Forecast growth rate of cheese production for the EU in 2012 is within 1%.

In the whole, the cheese market is not the most dynamic segment of European dairy market, the leading positions are occupied by dry milk and butter segments. Experts note that these are the most beneficial sub-industries as compared to cheese. As a result, to increase the efficiency the cheese producers shall reconsider their development strategies, introduce new growth mechanisms or expand to new geographic markets. This situation is determined by the main trends of milk industry and European economy as a whole.

The second place of the cheese production is occupied by the United States; the share of the country in the global production structure reaches 32%. The growth rates of cheese production in the US overran significantly the European ones. As of this day, the cheese production volume in the country is in historic maximum and, according to forecasts, it will continue to grow. In 2012 the production growth rate for the US is expected to fix at 2% which is considerably higher than this index of Europe.

Along the mentioned ones, the largest cheese producers are Brazil, Argentina, Russia, Australia, New Zealand, etc.

Russia is a large consumer of cheese and cheese products. Despite quite large production volumes, Russia is characterized by high import level in the general consumption structure. By 2007 through the



В списке стран с высоким показателем потребления сыров – Россия, Бразилия, Аргентина, Мексика. Потребление сыров здесь растет приблизительно на 3-7%, а рост объемов внутреннего производства зачастую не успевают за увеличивающимся спросом.

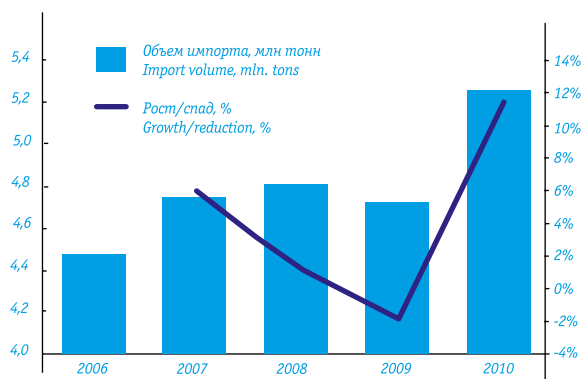


Рисунок 2. Динамика объема мирового импорта сыров и творога в натуральном выражении в 2006-2010 гг., млн тонн и %

Figure 2. Dynamics of cheese and cottage cheese import volumes in natural units in 2006-2010, mln. tons and %

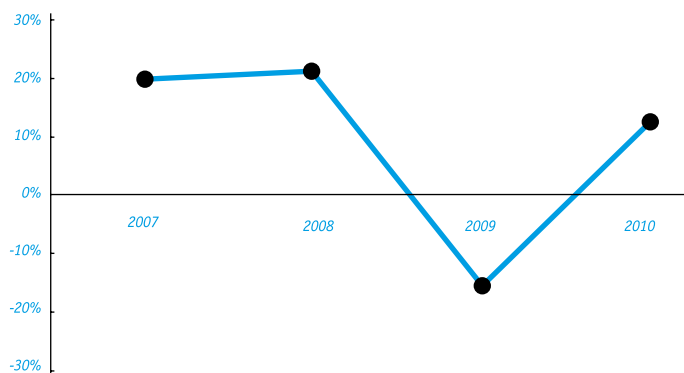


Рисунок 3. Рост мирового экспорта сыров и творога в стоимостном выражении в 2007-2011 гг., %

Figure 3. Growth of cheese and cottage cheese export in terms of value, 2007-2011, %

ной продукции в структуре российского рынка сыров все последние годы увеличивалась, на сегодняшний день импорт составляет почти половину от общего объема рынка.

Наряду с Россией крупными импортерами сыров и творога в мире являются также Германия, Италия, Великобритания, Бельгия – основной объем поставок сыров и творога в эти страны обеспечиваются другими членами ЕС 27. В целом же Европейский Союз как экономическое объединение не является крупным импортером в силу того, что извне в Союз поступают сравнительно небольшие объемы импорта.

Также в структуре мирового импорта сыров и творога можно выделить таких импортеров, как Япония, Соединенные Штаты, Саудовская Аравия, Мексика и др.

Общий объем импорта, с учетом объемов торговли между странами-членами Европейского Союза, превышает 5 млн тонн. В 2010 году импорт сыров и творога в мире существенно увеличился относительно уровня 2009 года, и несмотря на отрицательную динамику роста в предшествующем году, показал гораздо более высокий результат, нежели в докризисный период.

Без учета стран ЕС Россия является самым крупным импортером сыров и творога в мире. Для европейских экспортеров она является ключевым рынком сбыта.

Что касается мирового экспорта сыров и творога, то абсолютное лидерство на протяжении длительного времени удерживает Европейский Союз (из него более всего по объемам экспорта выделяются Германия, Франция, Нидерланды, Италия). Также крупными экспортерами являются Новая Зеландия, Соединенные Штаты, Австралия и др.

В 2010 году практически по всем крупнейшим мировым экспортерам сыров и творога отмечался рост экспорта в стоимостном выражении. В целом по общему показателю мирового экспорта рост в денежном выражении составил 12%. Стоит

cheese and cheese products production in Russia had steady up trend. The years 2008-2011 were the period of alternate growth and reduction of cheese production volume; maximum was reached in 2009 – over 440 thous. tons. The share of import products at the Russian cheese market had been growing recently; today the imported goods account almost half of the total market volume.

Along with Russia, the large exporters of cheeses and cottage cheese are Germany, Italy, the UK, Belgium - the general volume of cheese and cottage cheese supply is ensured by other members of EU. In the whole, the European Union as an economic union is not the largest importer due to the fact that quite low volumes of import flow into the Union.

Also we can note the next importers of cheese and cottage cheese: Japan, the USA, Saudi Arabia, Mexico, etc.

The total volume of import, taking into account the volumes of trade between EU member countries, exceeds 5 mln. tons. In 2010 the import of cheese and cottage cheese grew significantly as compared to 2009. And despite the negative growth dynamics in the previous year, it showed rather high result than in pre-crisis period.

After the EU countries Russia is the largest importer of cheese and cottage cheese in the world. It is the key outlet area for European exporters.

As to the world export of cheese and cottage cheese, the global leadership is long with the European Union (in respect to export volumes the first are Germany, France, Holland and Italy). Also the large exporters are New Zealand, the US, Australia, etc.

In 2010 almost all largest world exporters of cheese and cottage cheese showed growth of export in terms of value. In total the growth of general index of world export in terms of value amounted to 12%.

It is worth mentioning that despite the growth of cheese export in terms of value several large supplier-countries showed reduction of export volumes in natural units. Thus, New Zealand, being a second world cheese exporters (after EU), reduced cheese

Also large consumers of cheese are Russia, Brazil, Argentina, and Mexico. Cheese consumption in these countries grows by 3-7% but the growth of domestic production often cannot handle the growing demand.

Европейский Союз лидирует по производству сыров в мире, доля ЕС 27 в структуре мирового производства достигает 47%.

отметить, что несмотря на рост стоимостного выражения экспорта сыров по некоторым крупным странам-поставщикам отмечался спад объемов экспорта в натуральном выражении. Так, Новая Зеландия, будучи вторым мировым экспортером сыров (после ЕС), сократила объем экспорта сыров и творога на 13%, что в значительной степени объясняется сменой фокуса на другие сектора молочной промышленности (производство сухого молока, молочных жиров и др.).

Несмотря на то что в отличие от других видов молочной продукции категория сыров неоднородна по своему составу и отличается большим разнообразием видов, с присущими им географией и особенностями производства, можно выделить несколько основных трендов, характерных для мирового рынка сыра в целом:

- Производство сыров в мире за последнее десятилетие существенно увеличилось – начиная с 2000 года оно выросло почти на четверть. Вместе с ростом мирового производства увеличиваются также объемы мировой торговли сырами, особенно высоким ростом за последние годы характеризовался мировой экспорт сыров в 2010 году.
- Географические центры производства сыров и сырных продуктов в мире остаются прежними: среди стран мира по показателям производства лидируют 2 участника – это Европа (в значении ЕС 27) и Соединенные Штаты. Они же являются и крупнейшими потребительскими рынками данного продукта. Также в списке стран с высоким показателем потребления сыров числятся Россия, Бразилия, Аргентина, Мексика и др. Это активно развивающиеся рынки, потребление сыров в перечисленных странах растет приблизительно на 3-7%, а рост объемов внутреннего производства зачастую не успевает за увеличивающимся спросом. Рост потребительского спроса на этих рынках влечет за собой непереносимое усиление конкуренции между предприятиями отрасли, в том числе со стороны зарубежных производителей.
- Объемы международной торговли сырами с каждым годом увеличиваются. Так, с начала 2000-х рост объема мирового экспорта сыров и творога составил почти 50%, в денежном выражении экспорт данной продукции увеличился в 2 раза. Главными импортерами сыров в мире являются Россия, Япония, США, Саудовская Аравия. Все указанные импортеры, за исключением Соединенных Штатов, с каждым годом наращивают объемы закупок. США, напротив, сокращают объемы импорта, одновременно увеличивая экспортную составляющую в балансе рынка страны.
- По прогнозам, в 2012 году мировой рынок сыра ожидает рост (в рамках средних за последние годы показателей), вместе с увеличением объемов производства сыров в мире будут расти и объемы международной торговли. **ms**



European Union leads in cheese production in the world, the share of EU at the global market reaches 47%.

and cottage cheese export value by 13% which is largely explained by change of focus to other sectors of milk industry (production of dry milk, milk fat, etc.).

Despite the fact that, as distinct from other types of milk products, cheese category is irregular in its content and is characterized by wide variety of types having their geography and production particularities, one can note several main trends of the global cheese market as a whole:

- Production of cheese in the world grew significantly - since 2000 it grew almost by quarter. Along with world production, the volumes of global cheese trade also grow. In recent years highest growth of global cheese export was seen in 2010.
- Geographic centers of world cheese and cheese products production are the same: among countries there are two leading members - Europe (meaning EU 27) and the United States. They are also the largest consumers of this product. Also large consumers of cheese are Russia, Brazil, Argentina, Mexico, etc. These are actively developing markets; cheese consumption in these countries grows by 3-7% but the growth of domestic production often cannot handle the growing demand. Growth of consumption demand of these markets implies growth of competition of enterprises of the industry, including competition of foreign producers.
- Volumes of international cheese trade grow year by year. Thus, from the beginning of 2000s the growth of world cheese and cottage cheese export volumes amounted to almost 50%, export doubled in value terms. The main importers of cheese are Russia, Japan, the USA, and Saudi Arabia. All mentioned importers, excluding the United States, increase purchase volumes year by year. The US, on the contrary, reduces import volumes and simultaneously increases export in the balance of the country market.
- According to forecasts, in 2012 the world cheese market will see the growth (within average indices of last years); and with increase of production volumes the volumes of international trade will also grow. **ms**



Без учета стран ЕС Россия является самым крупным импортером сыров и творога в мире. Для европейских экспортеров она является ключевым рынком сбыта.

Компания: Маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group

Рост рынка кисломолочной продукции

В апреле прошлого года маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование российского рынка кисломолочной продукции.

Согласно результатам исследования, в 2010 году объем рынка кисломолочной продукции увеличился на 11% в стоимостном выражении. Основная причина роста – увеличение цен за единицу товара в каждой категории, а не рост объемов продаж в натуральном выражении.

Отличительной чертой российского рынка кисломолочной продукции является жесткая конкуренция между производителями: крупные игроки поглощают мелких региональных производителей, увеличивая тем самым свою долю в этом сег-

менте. Среди лидеров рынка кисломолочной продукции в России на данный момент можно выделить следующие компании: ОАО «Юнимилк Компания», ОАО «Вимм-Билль-Данн Продукты Питания», Danone, Ehrmann, FrieslandCampina. По мнению аналитиков агентства DISCOVERY Research Group, целесообразно оценивать объем рынка кисломолочной продукции с учетом данных о российском производстве и таможенной статистики в разрезе товарных групп.

Так, в 2010 году объем рынка по товарным группам составил:

- йогурты без пищевых продуктов и пищевых добавок – 97,2 тыс. тонн;
- кефир – 946 тыс. тонн;
- продукты творожные – 190,9 тыс. тонн;
- простокваша – 18,2 тыс. тонн;
- ряженка – 193,7 тыс. тонн;
- сметана – 474,6 тыс. тонн;
- сметана с массовой долей жира от 10% до 14% – 28,5 тыс. тонн;
- сметана с массовой долей жира от 15% до 34% – 436,3 тыс. тонн;
- творог – 333,5 тыс. тонн;
- творог зерненный – 22,2 тыс. тонн.

Динамика общероссийского уровня потребительских цен за 2009-2010 гг. указывает на то, что ситуация в целом стабилизируется. После резкого спада в кризисный 2008 в течение 2009 года происходило постепенное восстановление уровня потребительских цен, так что к концу года средний уровень цен достиг 34,14 руб./л продукции. В течение 2010 года потребительские цены продолжали расти, и на конец 2010 года средний уровень цен на кисломолочные продукты составил 39,52 руб./л.

В сегменте кисломолочных продуктов минимальный (34,1 руб./л) и максимальный (40,4 руб./л) уровни потребительских цен были зафиксированы в январе 2010 года и феврале 2011 года соответственно. При этом в период с апреля по май 2010 года отмечается остановка роста потребительских цен на уровне в 34,9 руб./л. Однако с июня 2010 года цены вновь стали повышаться, достигнув в июле 2010 года отметки в 35 руб./л. Темп роста уровня потребительских цен в период с января 2010 года по февраль 2011 года составил 118,4%.

Объем импорта кисломолочной продукции в 2010 году достиг 24,8 тыс. тонн в натуральном и 50 млн долларов в стоимостном выражении. При этом среднемесячный объем импортируемой продукции в течение этого периода составил 2 тыс. тонн в натуральном и 4,2 млн. долларов в стоимостном выражении.

В 2009 году из России было экспортировано 67 тыс. тонн кисломолочной продукции общей стоимостью 98 млн долларов. За 2010 год совокупный экспорт данного вида товаров составил 51 тыс. тонн в натуральном и 75 млн долларов в стоимостном выражении. Среднемесячный объем экспортируемой продукции в 2010 году составил 4,2 тыс. тонн в натуральном и 6,3 млн долларов в стоимостном выражении. **mc**

Таблица 1. Объем рынка кисломолочной продукции по сегментам в 2010 году в натуральном выражении, тыс. тонн

Товарная группа	Объем			
	Производство	Импорт	Экспорт	Рынок
Йогурты без пищевых продуктов и пищевых добавок	98,0	1,2	2,0	97,2
Кефир	947,0	0,3	10,2	946,1
Продукты творожные	193,5	0,007	2,6	190,9
Ряженка	193,7	0,004	0,043	193,6
Сметана	474,2	0,5	0,1	474,6
Сметана с массовой долей жира от 15 до 34%	439,2	0,6	3,5	436,3
Творог	333,7	4,8	5,0	333,5
Творог зерненный	17,5	4,6	0,009	22,1

Классификация йогуртов



Таблица 2. Импорт кисломолочной продукции в Россию в 2009-2010 гг. в натуральном и стоимостном выражении, тонн и тыс. долларов

Товарная группа	2009 г.		2010 г.	
	Кол-во, тонн	Сумма, тыс. долл.	Кол-во, тонн	Сумма, тыс. долл.
Йогурт ферментированный	1,9	3,4	4,5	8,4
Йогурты без пищевых продуктов и пищевых добавок	1 330,4	1 942,3	1 243,6	2 208,2
Йогурты прочие	288,6	444,3	1 473,2	3 305,8
Йогурты с пищевыми продуктами и пищевыми добавками	6 633,9	10 411,3	8 084,4	13 808,4
Кефир	36,5	39,7	272,5	296,5
Продукты творожные	0,0	0,1	6,7	14,7
Простокваша	367,4	387,5	515,8	587,7
Ряженка	0,1	0,0	3,8	11,6
Сметана	61,8	83,2	506,5	1 230,6
Сметана с массовой долей жира более 35%	2 391,8	5 391,5	2 696,5	6 360,0
Сметана с массовой долей жира от 10% до 14%			1,2	2,2
Сметана с массовой долей жира от 15% до 34%	691,1	1 321,0	596,5	1 396,2
Творог	4 219,0	10 784,2	4 782,3	12 074,3
зерненный	4 735,3	9 439,3	4 662,7	8 717,5
Итого:	20 757,9	40 247,8	24 850,2	50 022,3

Таблица 3. Экспорт кисломолочной продукции из России в 2009-2010 гг. в натуральном и стоимостном выражении, тыс. тонн и тыс. долларов.

Товарная группа	2009 г.		2010 г.	
	Кол-во, тонн	Сумма, тыс. долл.	Кол-во, тонн	Сумма, тыс. долл.
Варенец	—	—	0,1	0,1
Йогурт ферментированный	2,4	3,9	—	—
Йогурты без пищевых продуктов и пищевых добавок	3 081,4	3 258,4	2 065,0	2 100,3
Йогурты прочие	9 186,2	11 943,9	6 978,3	9 316,1
Йогурты с пищевыми продуктами и пищевыми добавками	36 507,3	47 443,5	29 382,6	39 677,3
Кефир	2 495,9	1 776,9	1 193,9	1 032,5
Продукты творожные	4 729,7	11 183,7	2 586,0	5 402,9
Простокваша	—	—	0,036	0,02
Ряженка	39,9	33,8	43,0	40,1
Сметана	26,5	55,6	127,9	190,6
Сметана с массовой долей жира от 10% до 14%	0,0	0,1	0,004	0,02
Сметана с массовой долей жира от 15% до 34%	5 387,3	8 562,1	3 475,2	6 296,7
Тан	0,6	0,8	1,3	1,2
Творог	5 531,4	13 287,3	4 971,5	11 340,1
Творог зерненный	7,0	30,8	9,2	36,3
Итого:	66 995,7	97 580,7	50 834	75 434,2

Динамика экспорта кисломолочных продуктов в России в 2010 году по товарным группам в натуральном выражении, кг

Товарная группа	2010 г.											
	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь
Варенец	—	—	—	36	18	40	—	—	—	—	—	—
Йогурты без пищевых продуктов и пищевых добавок	149 799	170 545	217 778	199 607	258 445	290 035	161 248	168 055	114 278	90 127	144 435	100 620
Йогурты прочие	801 838	978 643	828 884	832 802	958 592	898 957	425 950	422 355	254 766	234 132	126 823	214 589
Йогурты с пищевыми продуктами и пищевыми добавками	2 012 645	3 307 779	4 000 092	3 218 351	3 091 757	3 306 107	1 435 577	1 819 084	1 804 850	1 753 797	1 876 911	1 755 679
Кефир	89 029	137 693	189 912	177 357	148 524	175 818	71 780	75 255	36 978	32 961	32 704	25 842
Продукты творожные	319 115	304 278	317 886	380 047	299 873	291 966	210 778	211 842	155 959	67 043	15 547	11 675
Простокваша	—	—	—	36	—	—	—	—	—	—	—	—
Ряженка	1 501	3 981	4 222	2 611	3 359	5 570	6 206	5 900	2 414	2 536	2 537	2 145
Сметана	—	—	—	4 752	1 216	12 923	27 218	30 747	23 840	9 263	8 771	9 198
Сметана с массовой долей жира от 10% до 14%	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	4
Сметана с массовой долей жира от 15% до 34%	221 078	377 859	735 847	414 619	268 808	395 813	216 521	139 721	158 366	119 299	180 846	246 438
Тан	—	—	—	—	—	—	—	1 172	—	125	—	—
Творог	375 065	350 732	541 338	440 487	545 739	469 324	286 598	304 708	354 138	421 049	480 557	401 776
Творог зерненный	1 219	1 315	2 154	1 338	1 493	707	—	—	181	—	142	601
Итого:	3 971 289	5 632 825	6 838 113	5 672 043	5 577 824	5 847 260	2 841 876	3 178 839	2 905 770	2 730 332	2 869 273	2 768 567

Динамика экспорта кисломолочной продукции в России в 2010 году по товарным группам в стоимостном выражении, тыс. долларов

Товарная группа	2010 г.											
	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь
Варенец	—	—	—	0,03	0,02	0,04	155,63	—	—	—	—	—
Йогурты без пищевых продуктов и пищевых добавок	159,27	180,72	230,07	213,89	264,57	281,82	571,76	155,50	109,30	91,32	154,62	103,59
Йогурты прочие	1 068,58	1 306,87	1 139,04	1 174,49	1 268,44	1 147,62	1 798,73	562,41	344,48	308,98	150,28	273,14
Йогурты с пищевыми продуктами и пищевыми добавками	2 607,10	4 253,41	5 243,58	4 494,32	4 222,49	4 910,60	53,55	2 366,25	2 397,62	2 433,05	2 572,43	2 377,68
Кефир	82,74	125,59	174,33	159,03	132,32	133,25	433,69	59,97	30,60	31,26	27,68	22,21
Продукты творожные	652,35	593,23	694,27	836,82	629,32	597,70	—	443,20	324,67	138,35	32,89	26,43
Простокваша	—	—	—	0,02	—	—	5,53	—	—	—	—	—
Ряженка	1,40	3,87	3,91	2,44	3,04	4,92	33,65	5,45	2,28	2,71	2,48	2,10
Сметана	—	—	—	2,41	2,65	17,68	—	34,33	24,57	27,72	24,03	23,58
Сметана с массовой долей жира от 10% до 14%	—	—	—	—	—	—	506,94	—	—	—	—	0,02
Сметана с массовой долей жира от 15% до 34%	269,06	606,34	1 349,43	585,66	346,60	616,20	—	313,70	387,72	286,01	452,78	576,30
Тан	—	—	—	—	—	—	666,74	1,05	—	0,15	—	—
Творог	812,40	764,54	1 283,37	1 072,01	1 292,24	1 048,13	—	700,42	788,58	927,84	1 065,26	918,52
Творог зерненный	4,97	5,07	8,72	5,52	5,91	2,54	4 226,22	—	0,69	—	0,82	2,07
Итого:	5 657,86	7 839,63	10 126,72	8 546,62	8 167,60	8 760,50	2 841 876	4 642,28	4 410,52	4 247,37	4 483,28	4 325,64

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС

Автор:



Виктория
Загорская

Сырные ярмарки Голландии: бизнес или представление?

Голландия издавна знаменита своими сырами. Именно оттуда вместе с цветами национального флага, стулом, зонтиком и множеством корабельных терминов Петр I привез в Россию десяток мастеров-сыроделов и моду на этот продукт.

Массовое знакомство с голландским сыром приходится на первую половину

XX века. Российские сыроделы на основе производства популярных голландских сыров создали унифицированную технологию и выпустили сыр с обобщенным названием «Голландский». Вслед за ним появились «Костромской», «Ярославский», «Пошехонский», «Угличский», которые также стали входить в эту группу сыров.

Удивлять мир новыми вкусами

Народы, обитавшие на территории современных Нидерландов, начали осваивать искусство сыроделия, перенимая его у римлян в I веке до н. э. При этом слепыми подражателями они не стали, а творчески переосмыслили сырную идею. Если сыры голландского производства сравнить с французскими и итальянскими, то можно отметить одну особенность. Французские и итальянские производители прежде всего заботятся о сохранении рецептов своего продукта, многим из которых по несколько сот лет. Голландская сырная промышленность развивалась по-другому.

Торговля пряностями, которая была монополией Голландии в XVII-XVIII веках, не только принесла стране значительную прибыль, но и положила начало новому направлению в сыроварении: сохранив два своих классических сорта — «Гауда» и «Эдамер», голландцы начали экспериментировать. Они первыми стали добавлять в сырную массу кверель, тмин, звездчатый анис и другие пряности и по сей день продолжают удивлять мир новыми вкусами. Главными голландскими сыроделами стали крестьяне, которые производили столько сыра, что его хватало и для семьи, и для продажи. Так появились рынки молочной продук-



Сырный рынок в Алкмааре до сих пор работает по правилам, установленным в 1672 году: торговля идет каждую пятницу с апреля по сентябрь согласно древнему ритуалу.

ции: в 1266 году – в Харлеме, в 1303 году – Лейдене, в 1326 году – Аудеватере, в 1365 году – Алкмаре.

В 1426 году в роттердамских торговых книгах впервые зафиксировали профессию «сыродел». А сам сыр превратился в подобие валюты. Известно, что голландские моряки, например, платили сыром портовые налоги. Ведь продукт практически не портился, пищевая ценность его не подлежала никакому сомнению, кроме того, цветом он напоминал золото, а круглой формой – монеты.

К середине XVII века только через один порт в Эдаме каждый год продавалось почти 500 тонн сыра. Будучи морской державой, Голландия заготавливала для своих кораблей сотни тонн всевозможных сыров. Одно время в стране даже существовало звание «государственного сыровара», ежегодно присуждаемое судейской комиссией, в число которой входили члены правительства. Сыровар, чья продукция побеждала в конкурсе, отмечался особой «сырной шапочкой» и уникальным гербовым знаменем и на целый год становился главным поставщиком сыра для голландского флота.



Начиная с 1593 года, когда в Алкмаре состоялись первые сырные торги, рыночную площадь расширяли уже 8 раз.

К этому времени в городах появились не только специальные рынки, но и «Весовые дома» (Waaggebouw) – специально построенные для взвешивания сырных голов сооружения. Конечно, сейчас они наряду с ветряными мельницами скорее дань традиции: сырная сделка длится долго и больше похожа на театральный спектакль, чем на деловое предприятие.

Каждый, кто побывал в Голландии, непременно запоминает слово «kaas», что означает сыр. В наше время в течение всего лета на центральных городских площадях проходят сырные ярмарки – Каасмаркт, которые привлекают к себе сотни покупателей со всего мира.



В алкмарской гильдии четыре группы носильщиков сыра. Их принадлежность к той или иной команде можно определить по цвету сырных носилок, лентам на шляпах, бантам на груди старейшин – красному, желтому, зеленому или синему.

В настоящее время в стране существуют пять рынков сыра. Наиболее современный среди них – Вурден. Алкмар, Гауда и Эдам являются историческими копиями рынков, существовавших в Средние века. Кроме того, в 2007 году новый сырный рынок открылся в старинном городе Хоорн.

Древний ритуал алкмарской ярмарки

Любителям масштабных праздников и крупных национальных фестивалей из насыщенного «сырного» маршрута лучше всего подойдет поездка в Алкмар. Городок на севере Нидерландов привлекает множество туристов в летний период. Ведь здесь проходят, пожалуй, самые масштабные ярмарки сыра.

Сырный рынок в Алкмаре до сих пор работает по правилам, установленным в 1672 году: торговля идет каждую пятницу с апреля по сентябрь согласно древнему ритуалу.

Продавцы раскладывают сырные головы прямо на брусчатке мостовой – ведь никакой прилавок не выдержит их веса! Сюда рано утром приезжают оптовые покупатели. После контроля качества сыр взвешивается и грузится на машины. Теперь его можно будет купить в маленьком семейном магазинчике или в крупном сетевом супермаркете по всей Голландии. Здесь уже четыре столетия существует особая гильдия носильщиков сыра. Чтобы вступить в нее, необходимо обладать богатырским телосложением: за один присест носиль-

щику приходится переносить к весам до 80 килограммов товара!

Традиционно, процесс торговли сыром проходит так. После того как покупатель пробует различные сыры и останавливает свой выбор на конкретном сорте, он должен сделать продавцу ценное предложение и протянуть руку. Продавец высказывает встречное предложение, ударяет покупателя по руке и держит свою в ожидании ответа. Этот процесс продолжается до тех пор, пока участники сделки не сойдутся в цене.

Когда договоренность достигнута, в дело вступают главные действующие лица торгов – носильщики сыра, на которых возложена почетная миссия перенести сыр с площади в весовую, где сыр взвешают на старинных весах.

В алкмарской гильдии четыре группы носильщиков сыра по семь человек в каждой. Их принадлежность к той или иной команде можно определить по цвету сырных носилок, лентам на шляпах, а также по бантам на груди старейшин – красному, желтому, зеленому или синему. Группы носильщиков постоянно соревнуются между собой: кто перенесет сыр быстрее? Это задача не из легких: загруженные носилки весят 160 кг, а так как несут их обычно по двое, носильщикам приходится передвигаться ритмично и в такт. После того

как сыр взвешен, его снова выносят на площадь и грузят в тележки. Тележки вывозят с площади к стоянке автомобилей, и счастливые покупатели грузят приобретенный товар в свой транспорт.

Ритуал не меняется столетиями, только сыра становится все больше и больше. Начиная с 1593 года, когда в Алкма-ре состоялись первые сырные торги, рыночную площадь расширяли уже 8 раз. В толпе видны разноцветные шляпы разносчиков, но оранжевая среди них только одна. Она принадлежит



Эдамский сыр известен за рубежом как «визитная карточка» Нидерландов, поскольку больше половины его идет на экспорт.



«Гауда» – один из самых популярных продуктов голландского экспорта. А еще это красивый маленький городок неподалеку от Роттердама, в котором «Гауда» появилась еще в VI веке.

«сырному отцу». Он дирижирует этим большим оркестром, название которого – алкмарская сырная ярмарка.

Эдам – визитная карточка Нидерландов

Эдамский сыр, названный так по имени портового городка, известен за рубежом как «визитная карточка» Нидерландов, поскольку больше половины его идет на экспорт. Этот сыр стал главным слагаемым процветания Эдама



«Каждый, кто побывал в Голландии, непременно упоминает слово «kaas», что означает сыр».



еще со времен Средневековья. В апреле 1526 года император Карл V Габсбург даровал городу право еженедельно устраивать сырный рынок, а принц Вильгельм I Оранский сделал это право бессрочным. Так он отблагодарил жителей Эдама за поддержку, которую они оказали соседнему городу Алкмару, когда тот осаждали испанские войска. В наши дни жители Алкмара продолжают проводить на своем рынке церемонию, посвященную эдамскому сыру.

В самом Эдаме ярмарка проходит в июле и августе по средам. Одеты в национальные костюмы жители города разворачивают настоящее представление, изображая старинную продажу сыра. Как и раньше, сыр на рынке продается прямо с конных повозок и лодок. После завершения сделки головки сы-

ра переносят на оригинальных носилках и взвешивают на особых весах.

Вурден – атмосфера Средневековья

Вурден – город в провинции Утрехт, который также знаменит своим древним сырным рынком. Рынок открыт в августе – в последнюю среду летних школьных каникул (для центральных Нидерландов). Если в Эдаме главное для торговца – продать сыр и повеселиться, в Вурдене на первый план выходит увлечение историей и традициями. Местные жители – фермеры и продавцы – в исторических костюмах реконструируют и процесс изготовления сыра, принятый в Средние века, и саму атмосферу средневекового рынка. Главное для них проникнуться духом истории и увлечь гостей города. В ход идет все: от древней кухонной утвари, средневековой музыки и песен до карнавальных представлений.

Популярная Гауда

«Гауда» наряду с «Эдамером» – один из самых популярных продуктов голландского экспорта и занимает очень важное место в сыроварении страны. А еще это красивый маленький городок неподалеку от Роттердама (кстати, родина знаменитого Эразма Роттердамского), в котором «Гауда» появилась еще в VI веке.

Со Средних веков здесь сохранилась крупнейшая в стране рыночная площадь, на северной стороне которой возвышается здание Весовой палаты, где находится Музей сыра.

Здесь торгуют сыром уже более трех столетий с середины июня по август. Рынок окружен множеством выставочных палаток, в которых представлены исторические голландские профессии, от производства сыров до производства масла. Лучшее время для визита в Гауду, конечно, лето. В разгар туристического сезона здесь можно попробовать более 150 сортов местного сыра.

Уютный Хоорн

Небольшой старинный портовый городок Хоорн с населением 68 тыс. жителей расположен в западной части Нидерландов. Он вырос из рыбацкой деревушки в 1357 году на берегу пресноводного озера Эйселмер, выходящего в Северное море. Сырные ярмарки проходят на главной городской площади Роде Стен. Начиная с 2007 года рынок Хоорна работает каждый четверг. **МС**

Юрий Лужков займется молочными коровами

Бывший мэр Москвы Юрий Лужков продолжит заниматься сельским хозяйством. Экс-градоначальник собирается заняться разведением молочного скота.



Ранее компанию «МосМедьнь-Агропром», созданную при участии правительства Москвы и Лужкова, ФАС обвинила в навязывании продукции торговым сетям.

Лужков взялся управлять сельскохозяйственными проектами своей супруги Елены Батуриной в Калининградской области. Это ряд предприятий, созданных на базе конезавода «Веедерн». Завод был полуразрушен, но сейчас возрождается, заявил Лужков. Сейчас там содержится порядка 150 лошадей для конного спорта и идет селекция лошадей для конкур и выездки.

Предприятие также выращивает овес, ячмень, пшеницу, рапс и др. Урожай частично идет на корм лошадям, частично – на продажу. Посевные площади – около 4 тыс. га, в работе – 3 тыс. га. В прошлом году построен зерноприемочный комплекс, в планах на этот – зерносушильный.

В ближайшем будущем Лужков собирается заняться разведением молочного скота, восстановив разрушенную ферму на 500 голов. А в более отдаленном – взять в аренду у государства еще земли для расширения производства: в 2-3 этапа – по 500 га за раз.

Здесь же будут внедряться научные разработки Лужкова, например, производство суперкомпоста из навоза. Кстати, эксперимент по выращиванию кукурузы с применением другого изобретения Лужкова – биоконтейнера – идет сейчас в другом хозяйстве, ЗАО «Дашков-ка» в Подмоскovie.

Пчел Лужков тоже не забывает. В Калужской области около г. Медьнь расположена его пасека, включающая 300 пчелиных семей.

«Для меня сельское хозяйство – это в первую очередь занятие для души, – объясняет Лужков. – С другой стороны, у меня есть возможность опробовать на практике мои изобретения, и они дают потрясающие результаты! Достаточно увидеть нашу кукурузу, выращенную из биоконтейнеров! Считаю, что при научном подходе сельское хозяйство не только может, но и должно быть рентабельным».

Ведомости

Danone и Nestle хотят купить бизнес Pfizer

Одни из лидеров на мировом рынке продуктов питания – французская компания Danone и швейцарская Nestle – сделали предложение американской корпорации Pfizer купить бизнес по производству детского питания за 10 млрд долларов, сообщает агентство Bloomberg.

В случае успеха перед европейскими компаниями могут возникнуть юридические трудности, связанные с потенциальным нарушением антимонопольного законодательства.



Как пишет Bloomberg, после покупки Nestle может выставить некоторую часть активов на продажу, а Danone планирует осуществить сделку совместно с американской корпорацией Mead Johnson Nutrition Co. и разделить с ней в дальнейшем бизнес по географическому признаку или по брендам.

Планы компаний по устранению проблемы будут представлены в течение ближайших недель. Как заявила агентству представитель Pfizer Джоан Камптон (Joan Campion), окончательного решения об уходе из сегмента детского питания руководство пока не приняло и находится в поиске наиболее оптимальных вариантов, среди которых, помимо продажи, spin-off бизнеса, то есть создание дочерней фирмы.

Отметим, что по итогам прошлого года выручка Pfizer от продажи питания для новорожденных и детей младшего возраста составила 2,14 млрд долларов.

ria.ru

General Mills купит производителя йогуртов

Один из ведущих игроков на мировом молочном рынке – компания General Mills – решил купить бразильского производителя йогуртов Yoki.

Сумма сделки оценивается в 1,16 млрд долларов. Согласно последним опубликованным данным бразильского производителя, вы-



ручка компании в 2010 году составляла около 500 млн долларов.

О готовности General Mills приобрести Yoki сообщает MarketWatch со ссылкой на местную газету O Estado de S. Paulo. В самой Yoki отказались говорить о сделке, заявив, что не комментируют слухи. Yoki является частной компанией, ей принадлежат 9 заводов, расположенных в шести штатах страны. На них также производят готовые завтраки, попкорн, снеки и соковую продукцию.

В мае прошлого года стало известно, что американская General Mills заключила сделку с французским фондом PAI Partners и молочным кооперативом Sodiaal по покупке 51% производителя популярного йогурта Yoplait за 810 млн евро. Стороны вели переговоры с марта 2011 года.

Foodmonitor.ru

Годовой отчет компании Danone

По отчету Danone в 2011 году продажи компании увеличились на 7,8%. Операционная выручка торговли выросла на 20 б. п. – из них на «Юни-милк» приходится 19 б. п.



Чистый доход Danone на 2011 год составил 1855 млн евро в сравнении с 1840 млн евро в 2010 году.

Свободный денежный поток в 2011 году превосходит результат 2010 года на 9,4%, составляя 1874 млн евро. На капитальные расходы в минувшем году Danone потребовалось 885 млн евро. Дивиденды составили 997 млн евро, сделки слияния и поглощения (M&A) – 39 млн евро, и выкуп акций – 659 млн евро. А чистый налог на прибыль в 2011 году исчислялся суммой в 661 млн евро. Операционный доход компании на 2011 год составил 2843 млн евро,

4-Й ТЕХНИЧЕСКИЙ СЕМИНАР

«Холодильные системы и пищевые технологии — эффективное взаимодействие»

ПРИГЛАШАЕМ ВАС
принять участие в семинаре и прислать заявку до 04 апреля 2012 года
по факсу: (812) 740-55-48 или e-mail: seminar@ok-ref.ru

Время проведения: 18–20 апреля 2012 года
Место проведения: Санкт-Петербург, ул. Фурштатская д. 24, «Кочубей Клуб».
Организаторы семинара: ООО «ОК»,
при участии Российского союза предприятий холодильной промышленности, Международной Академии Холода, Северо-Западного управления Федеральной службы по экологическому, технологическому и атомному надзору.

Основной целью семинара является:
Получение практической информации
о возможных путях создания и реконструкции систем холодоснабжения,
о методах повышения эффективности систем холодоснабжения
для пищевых технологий, об автоматизации и управлении
холодильными системами промышленных предприятий,
о новом холодильном оборудовании и обмен опытом.

Нам 20 лет!

ПРОМЫШЛЕННЫЕ
ХОЛОДИЛЬНЫЕ
СИСТЕМЫ

ПРОЕКТИРОВАНИЕ
ПОСТАВКА
МОНТАЖ

ООО «ОК», 194044, Санкт-Петербург, Большой Сампсониевский проспект, дом 45, литера А
тел.: +7 (812) 740 2265, факс: +7 (812) 740 5548 office@ok-ref.ru, <http://www.ok-ref.ru>



что на 0,09% выше результата 2010 года в 2597 млн евро. Производительность Danone в 2011 году в сравнении с 2010 годом выросла на 0,02% и составила 528 млн евро. Объем продаж в минувшем году составил 19 318 млн евро, в предшествующем ему году это было 17 010 млн евро. Шестью самыми приоритетными странами, составившими примерно 60% увеличения продаж Danone и ¾ операционной прибыли компании, названы США, Китай, Россия, Бразилия, Мексика и Индонезия. Половина всех продаж компании в 2011 году приходится на страны с развивающимся рынком. Объем сопоставимых продаж молочной продукции вырос на 4,6% в сравнении с прошлым годом.

По всем направлениям деятельности компании этот показатель увеличился: в Европе на 2,4%, в Азии – на 20,1% и на 13,3% – в остальном мире. На 2012 год Danone поставил перед собой задачу роста продаж на 5-7%. Компания будет стремиться достигнуть объема свободного денежного потока в 2 млрд евро.

IA DairyNews

«Сырный дом» готовит пристройку

Группа компаний «Сырный дом» Сергея Лыбаня намерена вдвое увеличить мощности своих активов по переработке молока: с 125 до 250 тонн в сутки.



Объем вложений составит 210 млн рублей. Инвестиции будут направлены в развитие ОАО «Содружество» (Ровеньки, Белгородская область), которое «Сырный дом» выкупил у белгородского холдинга «Эфко». В закупку и установку нового оборудования на заводе «Содружество» будет вложено 70 млн рублей, на эту сумму компания уже получила инвестиционный кредит в банке «Юникредит». Как пояснили в «Сырном доме», модернизация позволит увеличить перерабатывающие мощности завода со 100 до 200 тонн молока в сутки.

Готовится к запуску также новая линия по выпуску цельномолочной продукции под брендом «Богдаша» на ООО «Молочный комбинат «Богдановский» (Рамонский район Воронежской области). Она увеличит мощность завода по переработке молока с 25 до 50 тонн

молока в сутки. В связи с расширением ассортимента продукции будет построена также вторая очередь складских помещений класса «А» на 2 тыс. тонн единовременного хранения (первая очередь на 1,7 тыс. запущена в эксплуатацию в начале года). В развитие «Богдановского» «Сырный дом» хочет вложить 140 млн рублей. Таким образом, после модернизации мощность предприятий группы увеличится вдвое, до 250 тонн молока в сутки.

Для сравнения: один из крупнейших участников рынка переработки молока в Черноземье «Молвест» перерабатывает 800 тонн молока в сутки, из них 650 тонн – в Воронеже. Основными продуктами предприятий группы Сергея Лыбаня являются сыр и сливочное масло, выпускаемое в том числе под торговой маркой «Слобода» (по франчайзи с «Эффо»).

Коммерсантъ



Иск «Инмарко» к «Ласковой зиме»

Крупнейший омский производитель мороженого «Инмарко» намерен взыскать с курганской дистрибуторской компании «Ласковая зима», которая занимается оптово-розничной торговлей мороженого и замороженных десертов, дебиторскую задолженность.

Как сообщили в «Инмарко», задолженность «Ласковой зимы» за поставленную продукцию сформировалась в разные периоды времени, в том числе в 2011 году.

«Чтобы ее взыскать, «Инмарко» подал иск в областной арбитражный суд, – прокомментировал **официальный представитель компании по юридическим вопросам Андрей Ярковой**. – Речь идет о взыскании дебиторской задолженности и пени. Общая сумма иска «Инмарко» к компании «Ласковая зима» составляет 45,8 млн рублей. Первое судебное заседание состоялось в конце 2011 года, новое назначено на 22 марта 2012 года».

tvoiomsk.ru

Право экспорта в ЕС

Два российских предприятия по производству молочной продукции получили право экспорта продукции в страны Евросоюза. Об этом сообщает Россельхознадзор.

На основании гарантий, представленных Россельхознадзором, Генеральный директорат по здравоохранению и защите потребителей

ЕС включил в список импортеров «Красногвардейский молочный завод» (республика Адыгея) и «Лакталис Истра» (Московская область).

«Красноярский молочный завод» может начать поставки продукции во все страны ЕС с 16 февраля, «Лакталис Истра» – с 26 февраля.

Согласно данным Россельхознадзора, список предприятий, имеющих право поставлять свою продукцию в страны ЕС, расширен до 11 заводов.

IA DairyNews

РерсиСо займется разработкой новых продуктов

PepsiCo, известный мировой производитель продуктов питания, намерена обратить больше внимания на производство молочных продуктов и ингредиентов и вдвое увеличить свои доходы в последующие десять лет.

Как сообщил **Сэм Лтэйф, генеральный директор глобальной группы питания PersiCo**, в течение следующего десятилетия потенциал для развития молочных продуктов во всем мире значителен и составляет рост производства более чем в 2 раза. «Молочные продукты – тот сектор, в котором испытывают потребность все: от детей и подростков до пожилых людей. Молочная отрасль в этом плане имеет огромный потенциал, невероятной динамичный и именно этот сектор будет одним из ключевых компонентов нашей стратегии роста», – объясняет он.



Сэм Лтэйф также заверил, что PepsiCo не намерена расширяться в сектор производства жидкого молока и сливочного масла. «Скорее всего, компания займется молочными ингредиентами и разработкой новых продуктов, для удовлетворения потребностей конкретных потребительских ниш», — сказал он. — План PepsiCo — разработка новых продуктов, которые отвечают нуждам потребителя каждый день, а не удовольствие, которое



они получают один раз», – прокомментировал он. По словам представителя пищевого гиганта, эти продукты будут отличаться в зависимости от страны и региона. В Африке это может быть питьевое молоко или йогурт. В Индии белковые продукты питания, такие доступные, что их может приобрести каждый. А в более развитых странах это могут быть продукты с высокой добавленной стоимостью, ведь там потребители часто выбирают полезное питание, интересный вкус и удобство. В США, например, потребление йогурта составляет цифру от одной четверти до одной трети от того количества, что употребляется в Европе.

IA DairyNews

Вирусная атака брендов в социальных сетях

Возможно, что бренд компании ВБД «Агуша» и бренд компании «Данон» «Растишка» подверглись вирусной атаке в социальных сетях. Пока остается непонятным, исходит ли она от конкурентов или является результатом спонтанной активности пользователей интернета.

«Девочки, у кого есть дети, не покупайте продукцию «Растишка» и «Агуша». Детское отделение инфекционной больницы заполнено детьми с отравлениями. Каждый день, на протяжении нашего нахождения там, в больницу поступали 2-3 ребенка с отравлением этими йогуртами и творожками. По словам врачей, такая ситуация продолжается с ноября месяца! Жмите класс, чтобы как можно больше мам об этом узнали! Не будем травить наших детей!»

Это сообщение в настоящий момент активно распространяется в социальных сетях. Пользователи интернета добровольно копируют его из одного аккаунта в другой и пересылают друг другу.

Сообщение качает по социальным сетям как минимум с 18 января, по крайней мере, именно до этого момента его отслеживает поиск яндекса по блогам. При этом пользователь ВКонтакте Наталья Воропаева, до которого мы отследили это сообщение при помощи blog.yandex.ru, утверждает, что получила его от подруги через аккаунт на «Одноклассниках». Воропаева живет в Новокузнецке, и ее аккаунт ВКонтакте не производит впечатления специально созданного для вирусной атаки. Подобная история произошла недавно с Nestle – в российских соцсетях со скоростью пожара распространилось сообщение о наличии стекла в детском питании компании Nestle. Стекло действительно имело место в одной из партий детского питания, которую компания отозвала во Франции, и российское сообщение стало отдаленным эхом той истории.



CSB-System
INTERNATIONAL

**Бизнес-IT-решение для
всего Вашего предприятия**



**Успех – вопрос
системы**

Посетите нас на выставке
Молочная и Мясная
индустрия 2012
Павильон 75, Стенд E59
13-16 марта 2012, ВВЦ, Москва

**Быстрее
Надежнее
Продуктивнее**

Успешные предприятия молочной отрасли по всему миру сотрудничают с CSB-System. Повысьте свою конкурентоспособность с нашим IT-решением.

Ваши преимущества:

- оптимально настроенные процессы
- соответствие всем требованиям отрасли
- быстрая окупаемость благодаря короткому сроку внедрения

CSB-System в России:

115455, г. Москва, ул. Пятницкая, 73
тел.: +7 (495) 64-15-156 ■ факс: +7 (495) 95-33-116

197342, г. Санкт-Петербург
ул. Белоостровская 2, офис 423
тел.: +7 (812) 44-94-263 ■ факс: +7 (812) 44-94-264

e-mail: info@csb-system.ru ■ www.csb-system.ru



ВБД: сокращение производства

Ведущий игрок на российском молочном рынке «Вим-Билль-Данн» (ВБД), принадлежащий американской PepsiCo, сократил производство продукции в 2011 году на 5% – до 1,41 млн тонн.

Гендиректор «ВБД Продукты питания и Агро» Сильвиу Попович объяснил этолетней засухой 2010 года, когда началось снижение производства сырого молока, что привело к росту закупочных цен и в дальнейшем к удорожанию молочной продукции. В результате потребители отреагировали на рост цен снижением спроса.



По его словам, потребление молочных продуктов в целом по России в 2011 году сократилось на 2-3%. В результате снижения производства прибыльность компании в прошлом году упала на 1%. По данным Росстата, потребительские цены на молочную продукцию в прошлом году выросли на 10,6% по сравнению с 2010 годом. На этом фоне производство цельномолочной продукции с августа 2010 года по ноябрь 2011 года снизилось на 12%. «В августе 2010 года был зафиксирован самый высокий месячный показатель производства цельномолочной продукции за последние 20 лет – 975 тыс. тонн, но с того времени производство неуклонно снижается», – говорит исполнительный директор Молочного союза Владимир Лабинов.

По данным Минэкономразвития, потребительские цены на молочную продукцию продолжают еженедельно расти на 0,1-0,2% и в 2012 году. «Если эта тенденция продолжится, то сложно говорить о восстановлении потребительского спроса», – считает Лабинов. Между тем в отдельных регионах, например, в Башкирии и Чувашии, закупочные цены на сырое молоко уже начали снижаться. Цены на сырое молоко повсеместно могут начать резко снижаться в феврале, но потребитель увидит это снижение на полке толь-

ко в июле-августе, а восстановление спроса начнется осенью текущего года, полагает эксперт.

rbcdaily.ru

Влиять на цену молока за счет создания мегаферм

Один из крупнейших игроков мирового сельскохозяйственного рынка – сингапурская Olam International и русская молочная компания («Русмолко») Наума Бабаева объявили о создании молочного животноводческого комплекса.

Olam получит 75% в бизнесе «Русмолко» по производству молока и зерновых в Пензенской области, инвестировав в компанию 75 млн долларов. Стоимость всей компании будет зависеть от ее финансовых показателей на момент закрытия сделки и с учетом долга может дойти до 130 млн долларов, говорится в сообщении сторон.

Проект, предусматривающий создание самого крупного в стране стада, будет реализовываться в два этапа. Первый предусматривает инвестиции в 400 млн долларов до 2015 года. За это время стадо молочных коров «Русмолко» должно будет вырасти с 7200 до 20 тыс. голов, а объем обрабатываемых земель – с 52 тыс. до 106 тыс. га, сообщили партнеры. Параметры второго этапа проекта еще не утверждены советом директоров Olam, сказал «Ведомостям» гендиректор Olam International Санти Вергезе. Но предварительный план предусматривает увеличение дойного стада до 50 тыс. голов (это будет крупнейшее в России и одно из крупнейших в мире, по словам Вергезе, поголовье), доведение валового надоя до 500 млн л в год (это в 20 раз больше, чем сейчас), а площади обрабатываемых земель довести до 130 тыс. га. Объем возможных инвестиций во второй этап проекта партнеры не раскрыли.



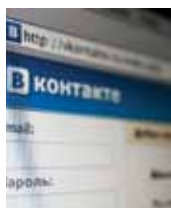
Перспективы проекта на этапе заявлений оценить сложно, говорит гендиректор «ИКАР» Дмитрий Рылько, но, продолжает он, в России влиять на цену продажи молока переработчику можно именно за счет создания мегаферм. В Европе же эта задача решается путем объединения мелких фермеров в кооперативы.

vedomosti.ru

«Налицо спланированная попытка «черного веб-пара», направленного на дискредитацию двух наиболее известных брендов детского питания», – говорит Александр Костиков, директор по коммуникациям PepsiCo. – Мы надеемся, что наши потребители, уже много лет доверяющие качеству «Агуши», будут верить не клевете, а собственному опыту».

«На сегодняшний день к нам не поступало ни одной жалобы на отравление «Растиськой», – говорит Марина Балабанова, директор по связям с общественностью Danone-Юнимилк. – Мы уверены, что информация, распространяемая в интернете, абсолютно не соответствует действительности. Очевидно, что два крупнейших производителя молочных продуктов в России стали жертвами клеветы».

«Я считаю, это не спланированный вирус, а раздутое последствие чьей-то локальной халатности, – предполагает креативный директор агентства Smetana Андрей Бузина. – Нарушение правил хранения, упаковки или что-то еще привели к локальной проблеме, которая только благодаря тому, что дело касается «детской» темы и сердоболит мам, превратилась в глобальную. Подобные темы могут затронуть любой детский (да и не только) бренд, поэтому важно отслеживать проблемы на начальном этапе и не давать им разрастись до неуправляемых процессов. Происки конкурентов – это миф для любителей заговоров, нужно просто уметь работать с интернет-аудиторией».



По словам Дмитрия Силаева, маркетолога компании Ingate Development, статистика и форма запросов по данной теме говорит о том, что цепочка сообщений не является результатом вирусной атаки конкурентов, а представляет из себя результат спонтанной активности интернет-пользователей. Он отмечает, что поисковые системы фиксировали запросы «отравление агушей и растиськой» и ранее середины января 2012 года, а если бы речь шла о «вбросе», график, отражающий статистику таких запросов, резко вырос с середины января 2012 года.

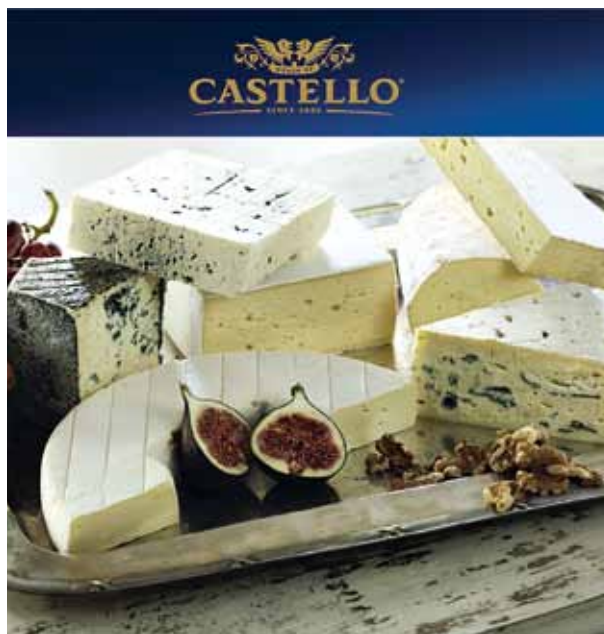
sostav.ru



Есть Lurpak® –
будет
и масленица



ДЛЯ ИЗБАЛОВАНЫХ ЛЮДЕЙ
от избалованных коров



Автор:



**Виктория
Загоровская**

«Арла Фудс»: экспансия на российский рынок

Российский рынок молочных продуктов продолжает манить зарубежных инвесторов. Третья по величине отечественная молочная компания «Молвест» и датско-шведский холдинг Arla Foods создали совместное предприятие по производству сыров на базе Калачеевского сырзавода в Воронежской области.

Подписание соглашения позволит бренду Arla Natura занять на рынке желтых твердых сыров в России более 10%. А к концу 2015 года компания планирует удвоить продажи сыра на российском рынке.

Объединить экспорт с местным производством

После нескольких лет наращивания экспортных поставок продукции на российский рынок международный концерн «Арла Фудс» решил начать собственное производство в России.

Старт производства запланирован на конец 2013 года. Первым этапом станет производство около 6 тыс. тонн сыра в 2014 году с последующим доведением объемов до 12 тыс. тонн. Инвестиции сторон в проект составят около 500 млн рублей. Под совместное производство желтого сыра будет преобразован один

из существующих молочных заводов «Молвест», расположенный на юго-западе России, в городе Калач Воронежской области. Реализацией проекта будет заниматься российская дочерняя компания «Арла Фудс» – «Арла Фудс Артис».

Согласно договору, утвержденному Российской антимонопольной службой (ФАС) 29 февраля 2012 года, «Молвест» будет отвечать за сбор молока из хозяйств района и его первичную переработку, «Арла Фудс Артис», опираясь на свой опыт и знания, полученные в Скандинавии, будет отвечать за производство сыра. Готовая продукция будет продаваться «Арлой» под брендом «Арла Натура».

«Россия является для нас одним из стратегических рынков, и данное соглашение особенно важно, так как дает возможность объединить экспорт в Россию с местным производством, – поясняет президент компании «Арла Фудс» Педер Туборг. – Скорее всего, это не последний наш шаг в экспансии на российский рынок».

По словам **Аркадия Пономарева, генерального директора компании «Молвест», председателя Российского союза предприятий молочной отрасли**, реализация этого проекта, безусловно, играет важную роль для всей Центральной России: «Речь идет вовсе не о покупке-продаже завода. Это совместное предприятие, которое предполагает поступление в Воронежскую область масштабных иностранных инвестиций и внедрение в производство передовых

технологий. Используя новейшее оборудование, мы сможем выпускать сыры высокого качества как торговых марок «Арла», так и наших собственных российских торговых марок».

«В настоящее время продукция большинства российских производителей – не самого высокого качества. От реализации этого проекта, прежде всего, выиграет российский потребитель. Скандинавы могут внести определенный вклад в улучшение качества местной продукции», – уверен **исполнительный директор Молочного союза России Владимир Лабинов**.

Аркадий Пономарев также отмечает, что в настоящий момент планируется создание обучающего центра «Качество молока» на базе сельскохозяйственных предприятий Центрального Черноземья с привлечением датских специалистов. «Данное межрегиональное и международное сотрудничество – серьезный шаг в модернизации агропромышленного комплекса не только Воронежского региона, но и Центральной России в целом», – подчеркивает он.

Перспективное направление бизнеса

О планах достижения 10%-й доли рынка твердых сыров Аркадий Пономарев говорил еще весной 2010 года после покупки у московского завода «Карат» Калачеевского сырзавода. С того времени «Молвест» производил на заводе твердые сыры и сливочное масло, а также проводил реконструкцию и активно искал партнера для нового сырного производства, рассказывают участники молочного рынка.

После покупки «Вимм-Билль-Данна» (ВБД) и «Юнимилка» компаниями PepsiCo и Danone соглашение «Молвеста» и «Арлы» выглядит логичным. Воронежская компания является сле-

Визитные карточки компаний

Холдинговая компания «Молвест», основанная в 2005 году на базе ОАО «Молочный комбинат «Воронежский», объединяет восемь предприятий в России и одно на Украине. Их совокупные производственные мощности составляют около 350 тыс. тонн в год. Выпускает молочные продукты для повседневного потребления, такие как свежее молоко, сливочное масло, кисломолочные продукты и сыр – всего около 200 наименований. Ей принадлежат товарные марки «Вкуснотеево», «Иван Поддубный», «Фруате». Является третьей по величине молочной компанией России в сегменте традиционных молочных продуктов. Отличается стабильным ежегодным ростом бизнеса порядка 7%. Годовой оборот холдинга превышает 8,2 млрд рублей.



Основное место в портфеле «Арла Фудс» занимают бренды: масло «Люрпак», премиум-сыры «Кастелло», а также полутвердые и свежетворожные сыры «Арла Натура», сыры типа фета «Арла Апетина».



дующим после ВБД и «Юнимилка» по величине игроком, которому требуются дополнительные инвестиции, новые партнеры, чтобы чувствовать себя на рынке в целом уверенно, считает Владимир Лабинов.

В течение последних десяти лет сегмент сыров был самым быстрорастущим на молочном рынке России. Компания «Арла Фудс Артис» оценивает рост сырного рынка в среднем на уровне 10% в год. По данным Молочного союза, при общем объеме производства сыров в стране в 400 тыс. тонн лидером является Рубцовский сырзавод, принадлежащий ВБД, который выпускает сыр «Ламбер» в объеме 11 тыс. тонн. Брянский «Сыр Стародубский» выпускает порядка 9 тыс. тонн, «Молвест» – около 1 тыс. тонн.

«Арла Фудс» является третьей в Европе по объему производства

и продаж молочной продукции. За последние четыре года российский сектор ее бизнеса увеличивался примерно на 30% в год и по итогам 2011 года достиг 3 млрд рублей. Рост произошел в основном за счет экспорта сливочного масла, реализуемого под маркой «Лурпак», премиум-сыров «Кастелло», а также полутвердого и свежетворожного сыров «Арла Натура». Оборот компании составил 2,989 млрд рублей, увеличившись по сравнению с 2010 годом на 36%.

По словам **генерального директора компании «Арла Фудс Артис» Михаила Ляско**, наибольший рост продаж отмечается в регионах. В прошлом году в региональной структуре продаж компании 43% приходилось на Москву, 24% – на Санкт-Петербург и 33% – на регионы. Тогда как в 2010 году регионы занимали всего 28%. В этом году наибольшие темпы прироста также ожидаются от регионального отдела. Запланированная доля регионов должна достичь 35% в структуре продаж.













В структуре продаж по основным каналам сбыта, по итогам прошлого года, 70% занимает розница и 30% HoReCa, тогда как в 2010 году распределение долей было – 55% и 45% соответственно.

Желтые сыры являются лидирующим сегментом рынка, где представлена продукция компании, – его объем составляет 3,067 млн евро, или 540 тыс. тонн. Среднегодовой прирост – 5,5%. Основные игроки – ВБД («Ламбер»), «Валио» («Ольтерманни»), «Сваля» («Сваля»), «Арла» («Натура»). Остальная часть рынка

«Арла Фудс» с годовым оборотом 6,54 млрд евро является третьей в Европе компанией по объему производства и продаж молочной продукции. Кроме того, она занимает лидирующие позиции в Скандинавии, Великобритании и на Ближнем Востоке.

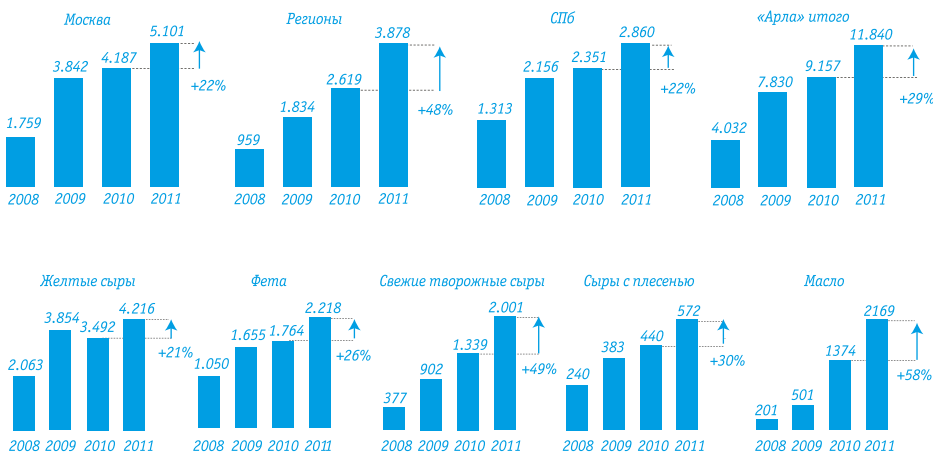
В 2007 году «Арла Фудс» приобрела 75% акций ООО «Артис-Дистрибуция» и закрепила в российском бизнесе под названием ООО «Арла Фудс Артис». В России компания занимается реализацией продукции из Дании и Швеции под брендами: масло «Люрпак», сыры «Кастелло», «Арла Натура» и «Арла Апетина». За последние четыре года оборот компании в России рос не менее чем на 30% в год, и по итогам 2011 года достиг 3 млрд рублей.

Анализ российского рынка по основным категориям

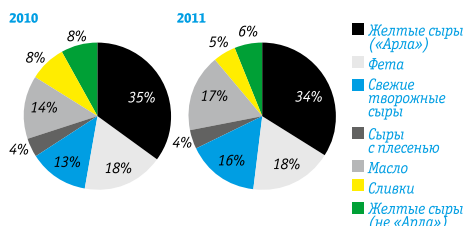
Масло, желтые и плавленые сыры являются основообразующими					Основные игроки с комментариями	
Национальный объем категории, млн евро	Объем, тыс. тонн	Средне-годовой рост* 04-08	Доля рынка	Доля импорта		
Масло  1.252	295,3	0,4%		~20%	<ul style="list-style-type: none">• «Валио» («Валио»), «Анкор» («Анкор»), «Лактализ» («Президент»), «Арла» («Люрпак»)• «Вимм-Билль-Данн» («Ламбер»), «Валио» («Ольтермани»), «Сваля» («Сваля»), «Арла» («Натура»). Остальное – небрендовые сыры• В основном локальное производство. «Валио» («Виола»), «Хохланд» («Хохланд») и «Карат» – основные игроки• «Хохланд» («Альметте») лидирует. Также «ЮнилЕвер» («Крем Бонжур»), «Карат» («Виолетте»), «Арла» («Натура»)• «Арла» («Апетина»), «Хохланд» («Фетакса»), «Казерай» («Фетаки»), LaVache («Парижская бурунка»)• «Арла» («Кастелло»), «Казерай» («дор Блю»), «Лактализ» («Президент»)	
Желтые сыры 	3.067	540	5,5%			50%
Плавленые сыры 	754	135	7,3%			20% «Валио»
Свежetroжонный сыр 	80	9	TBD			N/A
Сыры типа фета 	64	10	TBD			30-40%
Сыры с плесенью 	67	3,3	TBD			~100%

■ небрендируемые
■ брендируемые

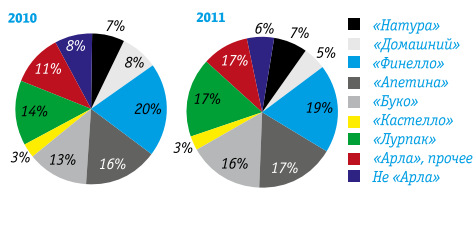
Note: Based on Euromonitor size
Source: Euromonitor, AFA price mirror, Import statistics, Industry statistics



Доля продаж по категориям, 2010-2011 гг.



Доля продаж по брендам, 2010-2011 гг.



	2010	2011	% прироста
Желтые сыры («Арла»)	3493	4216	21%
Фета	1764	2218	26%
Свежие творожные сыры	1339	2001	49%
Сыры с плесенью	440	572	30%
Масло	1374	2169	58%
Сливки	750	665	-11%
Желтые сыры (не «Арла»)	817	712	-13%
Итого	9975	12553	26%

	2010	2011	% прироста
«Натура»	654	818	25%
«Домашний»	755	671	-11%
«Финелло»	1998	2386	19%
«Апетина»	1557	2073	33%
«Буко»	1339	2000	49%
«Кастелло»	338	466	38%
«Люрпак»	1374	2169	58%
«Арла, прочее не «Арла»	1145	1257	10%
Итого	9975	12553	26%

представлена небрендируемыми сырами, что дает возможность для консолидации и укрупнения бизнеса, отмечает генеральный директор «Арла Фудс Артис».

«Производство желтого сыра стандартного европейского качества с созданием сильных локальных брендов является сегодня наиболее перспективным направлением развития бизнеса. Причина такой ситуации – соотношение количества, качества и цены на молочное сырье в России и за рубежом», – говорит Михаил Ляско.

На желтые сыры приходится 34% от всех продаж компании. В 2010 году объем продаж желтых сыров составил 3493, в 2011 году – 4216, увеличившись на 21%. Второе место принадлежит сыру фета – 18% продаж, на третьем – масло (16%) и свежие творожные сыры (15%).

По собственным данным «Арла Фудс», объем рынка плавленых сыров достигает 754 млн евро, или 135 тыс. тонн. В основном встречается локальное производство. Среди производителей можно выделить «Валио» («Виола»), «Хохланд» («Хохланд») и «Карат».

Объем рынка свежetroжонного сыра – 80 млн евро, или 9 тыс. тонн. Его безусловным лидером является компания «Хохланд» («Альметте»). Также представлена продукция таких производителей, как «ЮнилЕвер» («Крем Бонжур»), «Карат» («Виолетте»), «Арла» («Натура»).

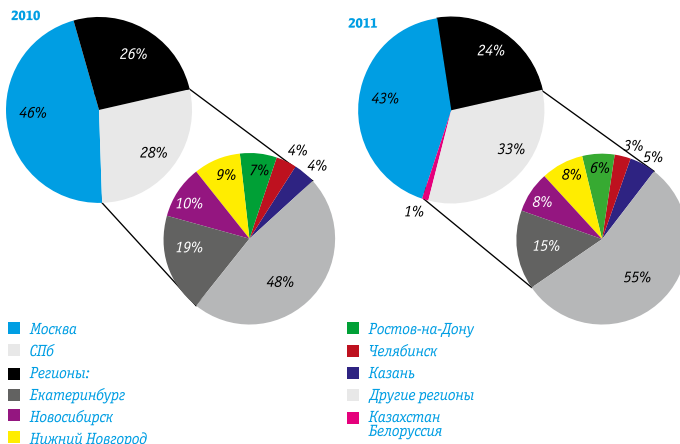
На сегмент сыров типа фета приходится 64 млн евро, или 10 тыс. тонн. Основными производителями являются «Арла» («Апетина»), «Хохланд» («Фетакса»), «Казерай» («Фетаки»), LaVache («Парижская бурунка»).

Объем рынка сыров с плесенью составляет 67 млн евро, или 3,3 тыс. тонн. Его ключевые участники – компании «Арла» («Кастелло»), «Казерай» («Д'ор Блю») и «Лактализ» («Президент»).

Основное место в портфеле «Арла Фудс» занимают бренды: масло «Люрпак», премиум-сыры «Кастелло», а также полутвердые и свежetroжонные сыры «Арла Натура», сыры типа фета «Арла Апетина».

«Главная особенность развития российского рынка сыра – низкая доля брендируемой продукции и высокая доля импорта, которая постоянно растет, – рассказывает генеральный директор «Арла Фудс Артис». – Для «Арла Фудс Артис» соглашение с компанией «Молвест» – это очередной шаг в достижении амбициозной цели: сделать бренд «Арла Натура» лидером на рынке желтого сыра в России с долей более 10%. В пер-

Доля продаж по регионам (продукция «Арла»), 2010-2011 гг.



	2010	2011	% прироста
Москва	4186	5101	22%
СПб	2352	2860	22%
Регионы:	2619	3841	47%
Екатеринбург	494	576	17%
Новосибирск	254	310	22%
Нижний Новгород	245	299	22%
Ростов-на-Дону	175	227	30%
Челябинск	98	119	21%
Казань	103	193	87%
Другие регионы	1250	2117	69%
Казахстан		24	
Белоруссия		14	
Итого	9157	11840	29%

вую очередь, мы ожидаем, что этот шаг позволит нам до конца 2015 года удвоить объем продаж в России при сочетании импортных поставок и продаж с воронежского завода. Кроме того, наличие производства в России максимально снижает наши риски, в частности, зависимость от госрегулирования импорта, и позволяет активнее вкладываться в маркетинг. Не исключено, что вскоре мы поставим перед собой и более масштабные задачи, например, приступим к реализации проектов в других регионах страны». Он подчеркивает, что интерес западных компаний к российскому рынку сыра можно оценить как высокий, однако реальная инвестиционная активность остается достаточно низкой. «Пример того, как западная компания вошла на российский рынок, в том числе сырный, за последнее время можно привести только один – это сделка PepsiCo и «Вимм-Билль-Данна», куда входят, в том числе, сырные активы, – говорит Михаил Ляско. – Сдерживающим фактором, безусловно, является ситуация с сырьем на рынке страны. Найти молоко должного количества и качества по конкурентоспособной цене сегодня очень непросто».

По его прогнозам, в ближайшие один-два года количество импортной продукции на российском рынке сыра будет расти. Можно ожидать прихода в Россию западных компаний, которые будут заинтересованы в организации здесь собственного производства. Для российских сыроделов период будет очень непростой. Для большинства единственным способом выжить станет консолидация бизнеса. Кроме того, местным производителям стоит заняться поиском собственных перспективных ниш. Выиграет тот, кто выберет правильную маркетинговую и дистрибуционную политику. **МС**

Официальный
туроператор выставок

S-Continental

Travel Company

**Эксклюзивное предложение
от компании «С-Континенталь»:**

- СПЕЦИАЛЬНЫЕ ЦЕНЫ
на бронирование
номеров в гостиницах.
- БЕСПЛАТНЫЙ трансфер на выставку.
- БЕСПЛАТНАЯ сим-карта
с исходящими
вызовами по Москве и области.
- БЕСПЛАТНАЯ визовая поддержка.

А также:

- Информационное сопровождение
24 часа в сутки.
- Услуги переводчика.
- Билеты в театры и на концерты.
- Экскурсионное обслуживание.

+7 (812) 318-30-30

8 (800) 55-55-001

info@scontinental.com

www.scontinental.com

(звонок по России бесплатный)

SPX FOOD+BEVERAGE



Производственная концепция CheaslyFC-PC

CheaslyFC-PC – концепция производства широкого ассортимента свежих ферментированных молочных продуктов без выделения сыворотки от компании SPX.

CheaslyFC-PC представляет собой производственную концепцию, основанную на добавлении натуральных сухих протеинов в свежее или восстановленное молоко, а также в воду, для производства полного перечня свежих сыров и иных ферментированных продуктов, без отделения сыворотки. Данная производственная концепция является конкурентной альтернативой традиционной производственной технологии, основанной на использовании сепараторов или технологии ультрафильтрации.

Она подходит для производства таких продуктов, как: вареный, домашний сыр, йогурты, мягкие сыры, сыры двойной жирности, плавленые сыры, масса для глазированных сырков.

Используемая технология привлекательна и с точки зрения окупаемости, энергоемкости, гибкости к адаптации новых формул или расширение производства, экологич-

ности (отсутствие сыворотки). При внедрении увеличивается уровень безопасности системы управления качеством продукта, существенно снижается зависимость от наличия свежего молока на рынке.

В инновационном центре компании имеется мультифункциональная пилотная установка, позволяющая адаптировать технологический процесс под конкретные потребности клиента, а также провести всесторонний анализ полученного продукта.

Данная технология наиболее успешно применяется в странах, где имеется дефицит молока, первый опыт внедрения есть и в Восточной Европе. **Р**

За более подробной информацией обращайтесь в московский офис компании SPX (Москва, ул. Электровзводская, 33, стр. 2, тел.: +7 (495) 661-76-60).

Замороженные инновации

Компания Simply Ice Cream, производитель мороженого из графства Кент, запустила линейку сорбетов Simply Special, которые не вредят талии.

Новинки можно приобрести в небольших палатках, магазинах и ресторанах в юго-восточной части Великобритании. Сорбеты производятся без использования каких-либо сиропов, смесей, добавок или консервантов. Компания применяет

лишь натуральные ароматизаторы и местные ингредиенты.

Свежие сорбеты выпускаются в четырех вариантах: со вкусом черной смородины, лимона, малины и манго. Simply Special подходит вегетарианцам, а также людям с не-



переносимостью глютена и лактозы. Они содержат небольшое количество холестерина и насыщенных жиров. Производство осуществляется небольшими партиями по традиционным технологиям. Сорбеты Simply Special выпускаются в ведерках объемом 120 мл и 500 мл. Отметим, что компания Simply Ice Cream принадлежит матери четырех детей Салли Ньюволл (Sally Newall).

Upakovano.ru

Что под кожей?

Итальянское дизайнерское агентство Basile Advertising разработало упаковку для необычного продукта – Fantasie Di Frutta.

Это ассортимент из 11 фруктов, из которых вынута вся мякоть. Вместе с ней шкурки и кожура наполнены мороженым, полученным из мякоти.



В ходе производства используются простые и натуральные ингредиенты, прошедшие тщательную обработку, которая позволила получить этот уникальный продукт. Характерно, что вкус мороженого из каждого фрукта отражает его оригинальный вкус. Весь процесс изготовления осуществляется вручную.

Upakovano.ru

Пакет-контейнер для молока

RPC Containers Market Rasen наслаждается успехом в связи с запуском инновационной упаковки для молока. Новый контейнер Jugit создан из переработанных материалов и является многократным в плане дальнейшего использования.

После успешных испытаний молоко в контейнере Jugit стали продавать по всей Великобритании, а в настоящее время интерес к новой упаковке возник во всем мире.

Jugit совмещает в себе формат саше со специальным пластиковым верхом, который одновременно выполняет функцию закрепления мешка: у него есть ручка и открывающееся горлышко для удобного розлива. В упаковке используется значительно меньше материала, чем в обычных пластиковых контейнерах для молока, контейнер на 75% легче в сравнении с традиционными пластиковыми бутылками. Jugit может использоваться много раз – достаточно вновь залить молоко. Пакет-контейнер Jugit очень прост в использовании. Мешок крепится к пластмассовой ча-



сти при помощи встроенного зажима, а колпачок является частью всей крышки (или же верхней части упаковки), он держится на ней при помощи автоматически перфорированного крепления.

Интерес к Jugit проявляют и зарубежные компании. В настоящее время упаковка экспортируется во многие страны мира, где развита молочная промышленность и упаковка молока в классические пакеты.

Джон Мидлтон, старший бренд-менеджер Dairy Crest, говорит: «Наши клиенты активно поддерживали запуск новой упаковки для молока. Они понимают, насколько эффективней Jugit в плане сокращения отходов и снижения углеродного следа при производстве по сравнению с пластиковыми бутылками».

Upakovano.ru

«Олтри» представила новые молочные смеси

Компания «Олтри» (Москва) вывела на российский рынок новый продукт от немецкой компании Humana – молочные смеси премиум-класса из био-молока Humana Expert.

По данным компании, сегмент заменителей грудного молока сейчас демонстрирует стабильный рост и становится одним из самых бы-



строразвивающихся на рынке.

Теперь все смеси Humana Expert так же, как и грудное молоко, содержат: Омега-3 и Омега-6 жирные кислоты для правильного развития головного мозга и органов зрения, познавательного и психомоторного развития младенца; пребиотики (галактоолигосахариды) для поддержания развития собственной здоровой микрофлоры кишечника, хорошего пищеварения, формирования мягкого стула; нуклеотиды для укрепления естественной иммунной защиты организма ребенка, повышения сопротивляемости инфекциям.

Новые смеси представлены в дизайне, знакомом по новым упа-

ковкам продуктов Нумана с гермом Овечкой Хумана на фоне сердца (единая концепция со всей линейкой Нумана), и в наиболее удобной, по мнению российских мам, упаковке – жестяной банке. При этом смеси Нумана Expert взаимозаменяемы с ранее выпускаемыми молочными смесями Нумана в картонных коробках.

unipack.ru

Меньше газа – больше картона

Компания «Тетра Пак» в феврале открыла свой новый завод по производству упаковочного материала в Финляндии.

На предприятии, расположенном в городе Иматра, планируется производить до 500 млн упаковок в год. Это еще сильнее увеличит максимальную производительность «Тетра Пак» в Европе. Ламинированный бумажный картон, использующийся в производстве упаковочного материала, поступает с целлюлозно-бумажных комбинатов Иматры, которые находятся всего в 6 км от нового завода. Такое небольшое расстояние позволяет сократить объем выбросов углекислого газа в атмосферу при транспортировке картона на



предприятие.

Производственное оборудование завода должно быть сертифицировано в соответствии с международным стандартом ISO 14001 в течение I квартала 2013 года. Компания также планирует использовать на заводе технологии мирового класса (WCM), которые являются средством для поддержки и визуализации улучшений в различных областях, таких как затраты, эффективность, компетентность, техническое обслуживание, доступность, качество, безопасность и защита окружающей среды.

Upakovano.ru

Наш ответ «Тетра Паку»

До сегодняшнего дня на российском рынке доминирующим поставщиком картонной упаковки типа БРИК являлась компания Tetra Pak.

С этого года производство асептической упаковки для напитков на территории России начинает отечественная компания «МолоПак», известная как изготовитель упаковок Gable Top.

На производственных площадках «МолоПак» завершается монтаж и пуско-наладочные работы новой технологической линии по изготовлению асептической упаковки для

молока, соков, вина. На базе оборудования ведущих мировых производителей: Komori, Schober GmbH, Kampf Schneid und Wickeltechnik GmbH & Co и Muller Martini спроектирован целый производственный комплекс, в который помимо печатной машины входят ламинатор, резательные машины и система автоматического контроля качества. Мощность линии предполагает объем выпускаемой продукции до



1,5 млрд в год.

«МолоПак» предлагает офсетную печать (CMYK+Pantone) сразу на четырех типах наиболее популярных форматов: Base и Slim, емкостью 1,0 и 0,25 л. Нанесение изображения на данный тип упаковки будет производиться «фирменным» для упаковки «МолоПак» офсетным способом печати. Это обеспечивает принципиально иное качество изображения, делая его более ярким, красочным, выразительным. Такая упаковка не просто более привлекательно выглядит на полке ритейлера, но и придает дополнительную ценность продукту в глазах покупателя, что позволяет производителю назначать премиальную цену и получать дополнительную прибыль уже только за счет удачного упаковочного решения.

По сообщению компании

Силикон с ионами серебра

Силикон с ионами серебра повысит безопасность молочного производства молочной продукции и обеспечит соблюдение всех отраслевых стандартов.

Согласно заявлению разработчика, благодаря способности уничтожать бактерии таких опасных патогенов, как листерия и сальмонелла, силиконовый материал с примесью ионов серебра повысит безопасность производства молочной продукции и обеспечит соблюдение всех отраслевых стандартов.

Британская фирма Silicone Engineering сообщила, что представленный ею новый материал на основе силикона «NeutraSil» позволяет обеспечить соблюдение высочайших стандартов безопасности международного сообщества производителей молочной продукции.

Новая технология может использоваться на перерабатывающем предприятии в трубопроводах и шлангах. Эмиссия разрушающих мембраны клеток болезнетворных микроорганизмов ионов серебра предотвращает развитие опасной микрофлоры в молоке. Эти же ионы обеспечат постоянную защиту от поверхностного заражения готового продукта. Разработка позволяет сократить заражение продукции E.coli и Salmonella на 100% спустя 6 часов.

foodcontrol.ru



Обеспечение Оптимального Производственного Процесса

SPX разрабатывает и производит оборудование, которое обеспечивает превосходные производственные параметры и надежность производственного процесса. Мы предлагаем полную линейку клапанов, насосов, теплообменников, гомогенизаторов, миксеров и стандартизированных производственных модулей санитарного исполнения для современных производств. SPX поможет сделать Ваше производство именно таким, как Вы его видите, поставляя Вам как отдельные компоненты, так и полностью стандартизированные производственные решения.

Посетите нас на X Международной выставке Мясная и молочная индустрия 2012, стенд A25 (13-16 МАРТА 2012) • www.spx.com

НАСОСЫ • ТЕПЛООБМЕННИКИ • СУШИЛКИ • КЛАПАНЫ
МИКСЕРЫ • ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ СИСТЕМЫ



APV[®] Gerstenberg Schröder[®]



Авторы:



Герман Шальк,
член правления
акционерного общества
CSB-System AG



Игорь Демин,
генеральный директор
ООО «ЦСБ-Систем»
в России

Компания:

ООО «ЦСБ-Систем»

127434 Москва,
ул. Пятницкая, 73
тел.: +7 (495) 64-15-156,
факс: +7 (495) 95-33-116

www.csb-system.ru

197342 Санкт-Петербург
ул. Белоостровская, 2, оф. 423
тел.: +7 (812) 44-94-263
факс: +7 (812) 44-94-264
e-mail: info@csb-system.ru

Оптимизация производственных процессов при помощи «умного использования» сырья



«Продукция, произведенная по оптимизированной рецептуре, должна полностью соответствовать всем законодательным нормам и органолептическим показателям не меньше, чем продукция, произведенная по обычной (ранее используемой) рецептуре».

Для поддержания конкурентоспособности предприятия-производители должны минимизировать использование дорогостоящих ресурсов. Этот принцип относится, прежде всего, к пищевой промышленности, так как в этой отрасли затраты на использование сырья и материалов выше, чем в других отраслях.

Непрерывно растущие цены на сырье и желание потребителей приоб-

рести продукты питания по минимальной цене усиливают давление на производителей и требуют от них производить с минимальными затратами продукты высокого качества. Таким образом, важным условием для успеха предприятий пищевой промышленности является оптимальный состав рецептур и производимых на их основе продуктов. С одной стороны, рецептуры должны

быть безупречны в отношении качества, с другой же – затраты на используемое сырье и материалы должны быть, по возможности, снижены до минимума. Такая целевая установка означает для пищевого производства, что оптимальная рецептура должна удовлетворять требованиям регулирующих производство пищевых продуктов правовых норм и соответствовать норме по органолептическим

показателям. Кроме этого, оптимальная рецептура должна предоставлять возможность выбора ее составляющих из многочисленного числа альтернативных комбинаций сырьевых компонентов.

Интегрированная оптимизация рецептур с CSB-System

Имея в распоряжении интегрированную оптимизацию рецептур IT-системы CSB-System, предприятия-пользователи владеют мощным, проверенным в многолетней практике модулем, который на основе линейного моделирования рассчитывает рецептуры, требующие наименьших затрат при как минимум неизменном качестве.

При этом условием для процесса оптимизации является предоставление

При этом различные исходные ситуации могут служить основой для процесса оптимизации рецептур. По существу возможны два варианта: в первом случае основой для оптимизации является планирование производства, которое подразделено на различные периоды: краткосрочное, среднесрочное и долгосрочное планирование. На момент оптимизации закупка необходимых компонентов рецептур еще не произведена. Таким образом, имеющаяся в этом случае «плановая оптимизация рецептур» представляет собой инструмент для оптимальной реализации процесса закупки сырья и материалов. В варианте номер два основой для оптимизации служит имеющийся в распоряжении склад сырья и материалов. При этом допускается, что производственный процесс может непредви-

дует таким образом оптимальную по цене и качеству на заданный момент времени рецептуру. Продукция, произведенная по оптимизированной рецептуре, должна полностью соответствовать всем законодательным нормам и органолептическим показателям не меньше, чем продукция, произведенная по обычной (ранее используемой) рецептуре.

Важнейшими результатами такого принципа являются ясный перечень компонентов для оптимальных рецептур, прозрачный расчет аналитических показателей, а также надежное сохранение в базе данных оптимизированных рецептур.

Рост дохода за счет оптимизации использования сырья и материалов

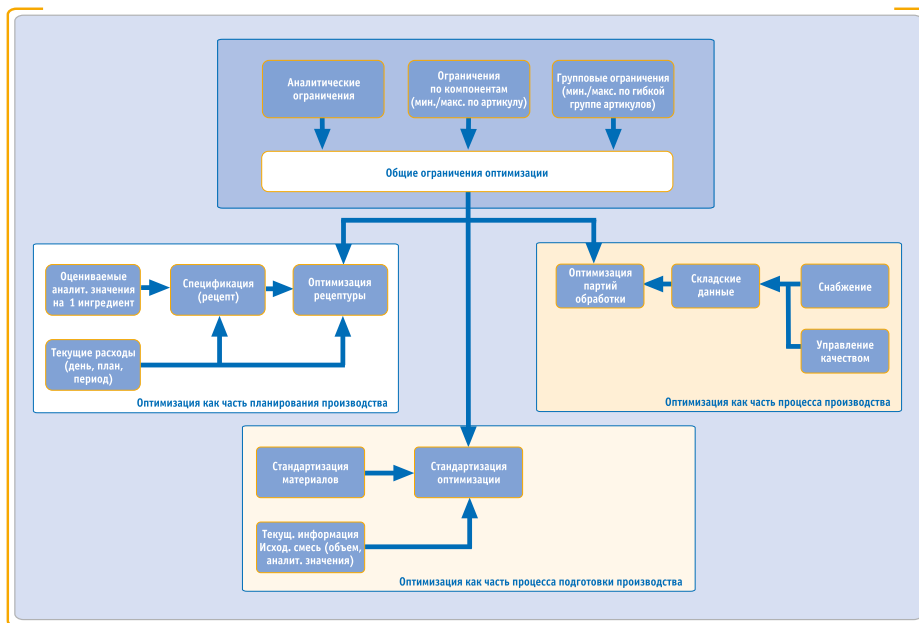
Результаты оптимизации рецептур передаются в компонентные спецификации (в виде оптимальных рецептур). На основе этих спецификаций начинается процесс планирования закупок компонентов, а также процесс подготовки (резервирования) сырья и материалов. Благодаря оптимизации использования сырья и материалов предприятие существенно снижает расходы на их закупку и повышает окупаемость издержек по каждому продукту. Для того чтобы иметь возможность реагировать на сильно изменяющиеся цены на сырье, система CSB предоставляет в распоряжение переменные рецептуры.

Оптимизация рецептур служит дополнительной гарантией обеспечения конкурентоспособности предприятия и сохранения гибкости всего производственного процесса.

Основные преимущества интегрированной оптимизации рецептур для предприятия-пользователя:

- стандартизированное качество продукции;
- создание гибкой системы рецептур;
- требующие меньших затрат рецептуры и существенное снижение издержек на сырье;
- возможность быстрого реагирования в случае недостачи отдельных компонентов;
- оптимальное использование альтернативных возможностей при закупке сырья и материалов;
- эффективное управление недостачей и ведение складского хозяйства. ■

Оптимизация рецептур



модулю всех необходимых производственных данных. Модель оптимизации в системе CSB основана на учете следующих параметров:

- минимизация затрат при использовании сырья;
- учет добавок в смеси;
- требования пищевого законодательства;
- учет производственных потерь;
- органолептические показатели.

денно быть изменен. Например, при неожиданном сбое в процессах производства или при выполнении срочного или особенного заказа клиента. Оптимизация рецептур проводится в этом случае на основе имеющихся в наличии на складе и доступных сырья и материалов.

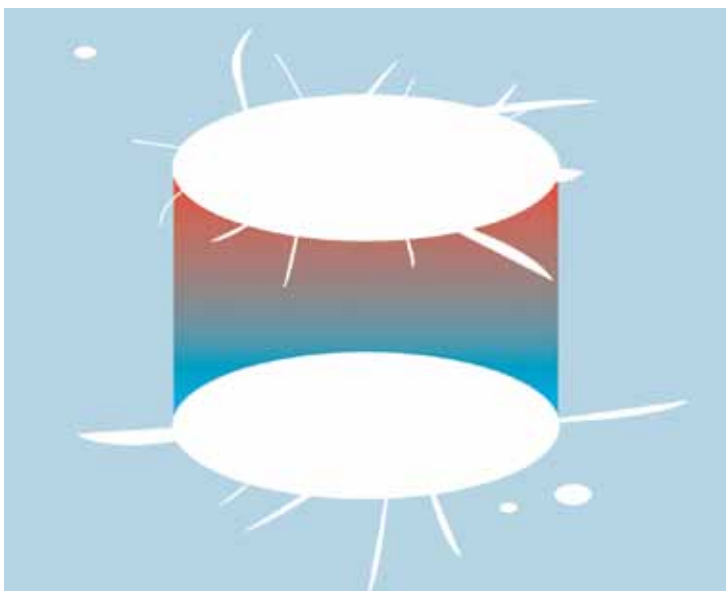
При этом система проверяет ограничения использования каждого ингредиента, сравнивает цены и состав-

Автор:



Владимир Новиков,
технический директор
НПК «Резонанс»

Отъем тепла, охлаждением прозываемый



Неоднородность пространства (неравновесные явления в системах и их частях) является движущей силой различных процессов. Все живые организмы существуют определенно за счет подобного неравновесия, поглощая материю, разного рода энергию и информацию из окружающей среды для своих жизненных потребностей и возвращая в эту же среду свои продукты их распада. Далее будут рассмотрены вопросы неоднородности, входящие в сферу промышленного отъема тепла (привычно называемого охлаждением) в различных процессах предприятий по переработке молока. Эта сфера имеет свою специфику во многих проявлениях и не может быть универсальной для формирования абсолютно истинных суждений «вообще» по части охлаждения, наблюдаемых в других областях человеческой деятельности.

Удар холодом по воде, заодно и по микробам

В рассуждениях о технических приемах обработки молока после выдаивания следует отдавать себе отчет в том, что речь пойдет преимущественно о товарном молоке, получаемом на фермах в общественном животноводстве. А это лишь половина от всего объема молока, производимого в России. Другая половина приходится на нетоварное молоко многочисленных личных подсобных хозяйств граждан, проживающих главным образом в сельской местности и в меньшей степени – на окраинах городов. Там еще некоторые семьи содержат по одной корове, реже – две взрослых головы КРС.

Специалисты-технологи в вопросах выработки молочной продукции еще в конце XIX века сформулировали к заводским инженерным службам требование по оперативному отъему тепла от свежесвыдоенного молока (охлаждению), так как оставление его без такой инженерной заботы свыше двух часов подряд приводило к бесконтрольному размножению различной собственной микрофлоры в любых порциях теплого молока, непременно завершавшемся скисанием. Справочно: содержание воды в молоке 86,5-87,5%, так что все тепловые изменения надо относить преимущественно к водной составляющей.

Охлаждают свежесвыдоенное молоко с $+36\text{ }^{\circ}\text{C}$ до $+6\text{ }^{\circ}\text{C}$ обычно за те два часа, пока в нем действует бактерицидная фаза. Если перевести задачу на теплотехнический язык в показатели требующейся мощности в киловаттах тепла, то для 1 тонны молока потребуется на это 17 тепловых кВт-нетто холода. Поделим данную величину на коэффициент полезного действия большинства технических систем в данной области, равный примерно 0,8, – выйдем немного повышенную расчетную величину – 21 кВт. Не следует путать тепловую мощность с электрической – силовой, которая в данном случае численно составляет треть от тепловой. Холод может быть естественный (зимний лед, дешевая артезианская вода из скважины, дармовой воздух зимой), а также искусственный – машинный, генерируемый различными техническими устройствами. При технических запросах специалисты-холодильщики всегда берут под козырек: «Сделаем в лучшем виде!». К настоящему времени ими разработано множество технических схем для выполнения поставленной задачи. В странах ЕЭС даже

применяют норматив расхода электроэнергии на охлаждение 1 тонны молока в условиях ферм: 14 кВт/ч.

Если смотреть в корень ситуации, то цель первичного понижения температуры – препятствовать таким способом размножению микроорганизмов, которых в сыром живом качественном молоке от 50 тыс. до 500 тыс. штук в каждом миллилитре (или «кубике», по бытовой терминологии врачей и пациентов в процедурах инъекций с помощью шприцев). Но сами охлажденные микроорганизмы при этом никуда не исчезают. Поэтому в первой трети XX века ученым пришла в голову логичная мысль: а что если вначале каким-то образом выделить из теплой молочной реки в сторону отдельный ручеек с бактериями, которых в тонне всего-то около 2 кг, а уже очищенное от них молоко – охладить до +13 °С, то есть на градус выше второй точки кристаллизации молочного жира. Тогда сохранятся первичные вкусовые качества и структура сырья, холода потребуются на четверть меньше количеством. Да и вообще достигнуть таких температурных параметров можно с использованием обычной дешевой воды из колодца без технических холодильных систем. Ведь температурные параметры холода потребуются попроще – с обеих сторон, в основном, вода. Для прямого отделения бактерий и прочей грязи создали сепараторы-молокоочистители, а немного позднее – еще более эффективные сепараторы-бактофуги.

Путь очистки молока «на старте» его существования был, разумеется, верным направлением. К сожалению, в нынешней России возобладало мнение с приоритетом непременно глубокого быстрого охлаждения всей водной массы, сопровождаемого избыточностью затрат на его создание и поддержание, которое было закреплено в ГОСТах и регламенте в ранге Федерального закона №88. В борьбе мнений занятнее всего выглядит тот факт, что именно в России была разработана теория кристаллизации молочного жира, чем абсолютно пренебрегают все отечественные нормативные документы в части хранения и первичной обработки сырого молока. А то обстоятельство, что в процессе нахождения при низкой температуре увеличивается выживание бактерий-психрофилов (холод бодрит их, словно моржей) и происходит липолиз – окисление жира до горьковатого вкуса, было тоже отодвинуто пока на второй план. Хотя уже в XXI веке нынешнее поколение исследователей повторно провело эксперименты и снова убедилось в целесообразности (технической и экономической) удаления бактерий с теплого «курорта» еще до неглубокого охлаждения молока в его сырьевой стадии. Иначе и быть не могло. С какого бока ни смотри, а требование понизить температуру сырья до +6 °С приводит к избыточности затрат на охлаждение с самого истока молочной реки. Впрочем, ГОСТ Р 52054 разрешает вообще не охлаждать молоко, если оно отгружается с фермы в течение 1 часа с окончания дойки.

Незаслуженно игнорируемый природный холод

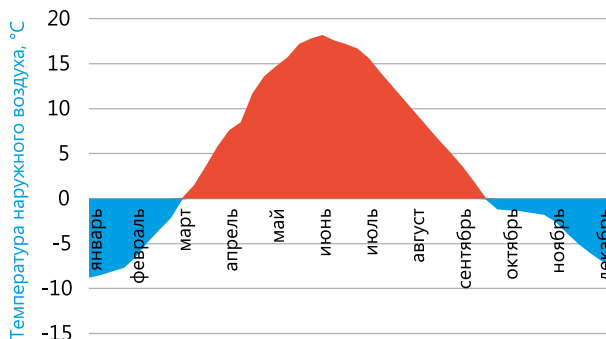
Среднегодовая температура в России –5,5 °С, тогда как в странах Европы +8 °С. Поэтому в нашей России (самой северной стране мира) природа только что не приказом предписывает использовать естественный сезонный холод. Раньше так и делалось для камер хранения готовой продукции, а также для приготовления «ледяной» воды. В системах были два варианта переключаемых режимов: летний и зимний.

Для примера, из данных многолетних метеорологических наблюдений по 20 городам России сделаем выборку количества часов в году с отрицательной температурой наружного воздуха по двум географическим параллелям – примерно 50° и 55° – с запада на восток страны. Получается следующая таблица №1.

Таблица 1.
Доля времени с отрицательными температурами наружного воздуха в году

Города на географической широте около 50°	Кол-во часов с минусовой температурой воздуха в году	Процент от годового числа часов	Города на географической широте около 55°	Кол-во часов с минусовой температурой воздуха в году	Процент от годового числа часов
Курск	2992	34	Смоленск	3015	34
Воронеж	3076	35	Калуга	2939	33
Саратов	3299	37	Рязань	3297	37
Оренбург	3554	41	Уфа	3527	40
Горно-Алтайск	3972	45	Курган	3866	44
Иркутск	3997	45	Омск	3986	45
Улан-Удэ	4220	48	Новосибирск	4146	47
Чита	4453	51	Кемерово	4237	48
Благовещенск	4047	46	Красноярск	3986	45
Комсомольск-на-Амуре	4218	48	Братск	4000	45

Рисунок 1.
Годовые колебания температур (средние многолетние) в Московской области



На приводимом годовом графике средних многолетних температур видно, сколько резервов имеется в нашей природе на примере далеко не самой холодной в стране Московской области (рис. 1).

Опираясь на подобные соображения, крестьянский практицизм в свое время привел к созданию фригаторных систем охлаждения молока с накоплением ледяного массива зимой с термоукрытием и последующим расходом его весной и летом. Автору данной статьи в 1976 году пришлось приводить в порядок такую систему в Воронежской области на одном из низовых отделений головного молокозавода. Особой сложности во фригаторном способе нет, если готово бетонное основание с требуемыми уклонами

и невысокими ограждающими стенками, да специальный заглубленный бетонированный приямок для стекающей ледяной воды с очищаемым фильтром перед организованным водосток. С учетом холодной воды, примененной для начального снижения температуры поступившего сырья, на 1 тонну поступившего молока расходовалось 30-50 кг льда.

Теперь же за основу берутся западные схемы круглогодичного искусственного холодоснабжения, приемлемые для тамошних климатических условий, но внедряемые почему-то без поправок на пониженные зимние градусы в российском географическом пространстве. Такой не критический стиль работы ведет к избыточности затрат в процессах охлаждения, не подвергаемых должному анализу. Видимо, характер отечественного мышления на данной стадии развития нашего общества позволяет не замечать технических бревен в собственном глазу.

Хладагенты с их сторонниками: и вечный бой...

С распространением в XIX веке парокомпрессионных установок для решения технических задач переноса тепла неизбежно возник вопрос о рациональности выбора хладоносителя. На первых порах (после неудачных экспериментов с эфиром) взяли то, что уже использовалось людьми в других промышленных целях – безводный аммиак NH_3 , обладающий превосходными термодинамическими данными, уступающими лишь воде (рис. 2).

Чем больше удельная величина поглощения тепла килограммом хладагента, тем меньше требуется этого хладагента для заправки системы, и наоборот. К слову сказать, человек ежедневно сливает из своего собственного организма примерно 17 граммов аммиака, что составляет 6,2 кг в год. Но об этом он, как правило, не знает и как-то не ужасается этим обстоятельством. Корова выделяет за год в окружающую среду до 1 тонны аммиака. А на нашей планете естественный круговой оборот аммиака с его образованием и распадом составляет примерно 3 миллиарда тонн в год! Удивительным представляется то, что человечество как-то живет в подобной саморегулируемой среде. Но как только речь заходит об использовании аммиака в холодоснабжении в малюсеньких объемах 0,017% от его годового планетарного оборота, каких только страхов не наслушаешься от нынешних фреоновых сторонников и аммиачных противников!

Между тем, Монреальский протокол после Венской конвенции гладит против шерсти не природный аммиак, промышленно применяемый в компрессорных схемах еще с 1877 года, а искусственно созданные озоноразрушающие хлорфторуглероды, объединяемые с 1930 года общим названием «фреоны». Вреднейший химический элемент в них – хлор. Лучшей термодинамической заменой фреонов (для промышленного применения) официально в мире признан все-таки аммиак, а при невозможности его использования – хладагент R134a.

Кстати сказать, аммиак – единственный из хладагентов, чей запах становится невыносимым еще до того, как концентрация газа в воздухе станет опасной. Нашатырным спиртом (раствором аммиака в воде) уже не одно столетие взбадривают чувствительных дам, упавших в обморок, да иногда спортсменов. В подобной ситуации уместнее говорить о его предупредительной сигнализации, нежели о реальной опасности для жизни. С аналогичной сигнальной целью в природный газ, поступающий в наши дома и квартиры, работники газораспределительной сети добавляют другое дурно пахнущее вещество – этилмеркаптан. Благодаря запаху, даже самую малую утечку газа способен обнаружить нос любого гражданина.

Современным малоаммиачным техническим системам с дозированной заправкой аммиака требуется примерно 45 кг ам-

Рисунок 2.
Сопоставление хладагентов по теплоемкости их фазового превращения

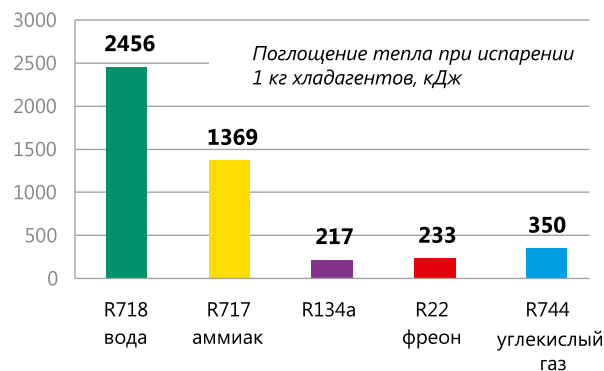
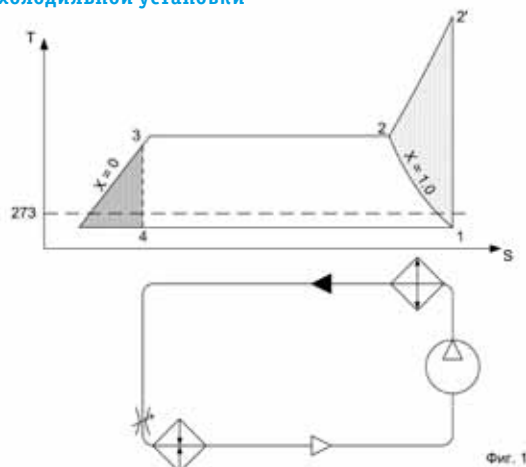


Рисунок 3.
Традиционный цикл компрессионной холодильной установки



миака на 100 кВт холодопроизводительности. Холодильные установки с количеством аммиака до 50 кг вообще не подлежат регистрации в органах Ростехнадзора вследствие низкой величины опасности. Годовые потери аммиака в современных установках составляют не более 1% от первоначальной заправки, то есть 0,45 кг в год на отмеченную мощность 100 кВт. Для сравнения, в Германии государством не контролируются установки с объемом аммиака в них до 3 тыс. кг (а это холодильная мощность более 6 МВт!), подобное отношение наблюдается и в Японии. Если нашу «молочку» оснастить подобными системами нового поколения, то с точки зрения специалистов упомянутых развитых стран она целиком в государственном масштабе стала бы безопасной в сфере холодоснабжения. В реальной жизни этот вариант, скорее всего, так и останется в категории фантастических мечтаний.

Прогуляемся по рабочему циклу против часовой стрелки

До начала задуманной прогулки посмотрим на телефонные аппараты уходящего и нынешнего поколения. Такой взгляд даст непередаваемое ощущение поступи технического прогресса. Взгляните на фото 1

с телефонными аппаратами в системе координат «было вчера – стало сегодня». Кто-то и теперь не представляет себе связи без настольного проводного телефона с дисковым номеронабирателем. Но большинство пользователей во всем мире предпочитают кнопочные «мобильники» с иными возможностями.

Сделав для себя мысленную «зарубку» о неизбежности изменений, вернемся к вопросам отъема тепла. В теплотехнике широко используются понятия прямого и обратного тепловых циклов. Прямой цикл рассматривается по часовой стрелке в прямоугольных координатах T-S (температура – энтропия как мера упорядоченности) для определения возможности извлечения какого-то количества работы при сгорании топлива, например, в автомобильном двигателе. Обратный цикл с движением против часовой стрелки (называемый холодильным) используется в науке и инженерной практике для расчета затрат работы по отъему тепла от рассматриваемого объекта. Именно такие варианты T-S диаграмм, привычные всем специалистам по холодильной технике, приводятся здесь и сопровождаются схемами элементов конкретной холодильной установки под ними.

Итак, не обращая внимания на холодопроизводительность конкретной системы, затрачиваем работу в виде электропривода компрессора для сжатия паров, обозначаемого на схеме (рис. 3) кружком с треугольником внутри. Пары от сжатия не только нагреваются, но и перегреваются, а тепло от них отбирает окружающая среда в конденсаторе – квадратике после компрессора, превращая пар обратно в жидкость. В данной пунктире специалисты вынуждены основательно сотрудничать с природой, иначе ни одна схема не заработает. Соответствующую этому процессу затемненную треугольную область на T-S диаграмме, обозначенную цифрами 1-2'-2, можно отнести к термодинамическим потерям при передаче тепла в окружающую среду. Идем против часовой стрелки далее. Рабочий процесс регулирования перепуска жидкого хладагента в самое полезное рабочее устройство – испаритель (нижний квадратик на схеме после дросселя) по линии 3-4 сопровождается отсечением темного треугольника в левой части T-S диаграммы. Величина отсеченного треугольника свидетельствует о недоиспользованных возможностях восприятия тепла жидким хладагентом в полезной фазе цикла, когда охлаждается продукт, воздух, либо другой хладоноситель (большей частью ледяная вода на молокозаводах). Как видим, прямые потери в правой части и недобор пользы в левой части графика довольно существенны по отношению к полезной работе в цикле 1-2-3-4. Цифра 273 на температурной оси дана по Кельвину, а для более привычной нам шкалы Цельсия это не что иное, как ноль на градуснике, при котором вода начинает замерзать.

На фотографиях 2, 3, 4 технической холодильной системы крупного молокозавода, работающей по данному циклу уже давно, видны все основные громоздкие ее элементы: компрессоры, конденсаторы, испарители, большое количество запорно-регулирующей арматуры. Такая картина вчерашнего дня является сегодня обычной для абсолютного большинства отечественных предприятий по переработке молока. Аналог вы уже видели – телефон устаревшего типа.

Подобные системы промышленного холода – аммиакоемкие и разбросанные по занимаемому молзаводом пространству, поэтому безусловно опасные в процессе эксплуатации, сформировали стойкое предубеждение у многих работников отрасли против аммиака, как такового. Хотя виновен не он, а устаревшие громоздкие технические средства с огромными объемами NH_3 внутри. Предубеждение в основе своей больше похоже на боязнь привидений, вреда от которых лично никто не ощутил.



Фото 1.
Телефонные аппараты разных поколений



Фото 2.
Компрессоры с их обвязкой



Фото 3.
Конденсаторы паров хладагента



Фото 4.
Испарители в системе ледяной воды

Европейское сообщество, когда-то качнувшее маятник от прежних аммиачных систем в сторону использования хладагентов фреоновой семьи, имело достаточно времени для сравнения. Теперь траектория маятника возвращается вновь к аммиаку, доля которого в промышленных холодильных системах стран Европы превысила уже 2/3 от общего числа имеющихся. Это с их-то высокой плотностью населения и жесткими требованиями к экологичности производств! Только Россия упорно застряла в вязкой стадии бесконечных рассуждений по данному поводу, некорректно опирающихся в своей аргументации на опасность существующих компрессорных старого типа, отраженных на фотографиях, с их ушедшей в историю идеологией. Как бы не замечается очевидное, логически определенное заключение: подавляющее большинство устаревших морально и изношенных физически холодильных систем молокозаводов подлежит не сохранению и модернизации, а полному демонтажу с заменой на современные поколения, в которых многократно сокращено количество циркулирующего хладагента и которым присущи совершенно иные технические характеристики. Никто же не пробует модернизировать старый телефон, осознавая бессмысленность действий в том направлении...

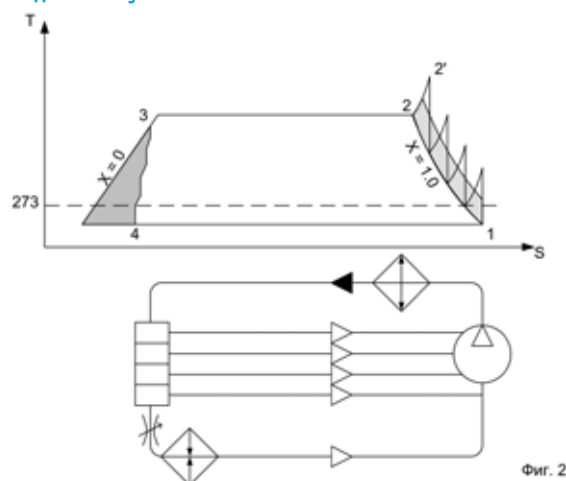
Теперь перейдем к аналогам сегодняшней мобильной связи. В непрекращающейся конкурентной борьбе за своих потребителей, специалисты по созданию систем промышленного холода десятилетиями тоже стремятся уменьшить отмеченные «темные стороны» холодильного цикла, требующие для собственного функционирования значительных затрат электроэнергии. Одна из таких острых международных дискуссий в 1982 году побудила профессора Хазелдена из Великобритании, тогдашнего президента Международной академии холода (МАХ), пошутилливо нарисовать на демонстрационной доске график недостижимо-идеального рабочего цикла без потерь, который остряки моментально окрестили циклом Хазелдена, не вписывая этого названия в серьезную науку – термодинамику. Наши участники того международного заседания напрягли мысль – и уже год спустя запатентовали установку, реализующую более экономичный вариант с экономайзером по так называемому аддитивному термодинамическому рабочему циклу в направлении, указанном профессором Хазелденом (рис. 4).

Убедитесь сами, насколько снизились в нем затемненные площади справа и слева на той же T-S диаграмме по сравнению с предыдущим вариантом.

Содержание воды в молоке 86,5-87,5%, так что все тепловые изменения надо относить преимущественно к водной составляющей.

Не прошло и четверти века после всплеска отечественной инженерной мысли, как в России по такой схеме при участии В. Н. Кирьякова, одного из авторов упоминаемого изобретения 1983 года, была изготовлена подобная компактная блочная установка полной машиностроительной готовности на 200 кВт холода, объединяющая в себе надежный одновинтовой компрессор, пластинчатый конденсатор и полузатоленный панельный испаритель системы ледяной воды (фото 5). Затраты электроэнергии

Рисунок 4. Аддитивный цикл компрессионной холодильной установки



на отъем тепла в усовершенствованном цикле снизились в чиллере примерно на 31% по сравнению с традиционной технической системой, а количество аммиака для ее работы составило лишь 95 кг. Причем аммиак циркулирует строго внутри границ транспортного блока.

После подключения электроэнергии, а также трубопроводов отепленной и ледяной воды, блок без каких-либо дополнительных устройств готов экономично отнимать излишнее тепло из технологических процессов. Так выглядит сегодняшний прогрессивный день в холодоснабжении. Видно, насколько пустым стало пространство возле блока в реконструируемой холодильной компрессорной. Да и прежнее дежурство работников становится просто ненужным. Кто желает иметь мощность побольше – пусть ставит несколько таких автономных блоков, не зависящих друг от друга.

Дотошный читатель непременно заметит: зачем для широкого круга людей разных профессий столь подробно излагаются сведения о технических вариантах отъема тепла из технологических процессов? Исходная логика автора предельно проста: примерно ПОЛОВИНА всей расходуемой молокозаводами электроэнергии идет напрямик в их холодильные компрессорные. Жирный кусок, не так ли? Уменьшение энергозатрат на этом участке (такое вполне возможно с опорой на естественный холод) позволит резко сократить годовые расходы на покупаемое предприятием электричество, которое неуклонно поднимается в цене. Именно такой была цель данной прогулки по графикам и схемам.

Чуть подробнее из практики

Удельный расход искусственного холода на 1 тонну перерабатываемого молока в сутки (при существующих технологиях получения молочных продуктов) составляет в России для средних и крупных молокозаводов примерно 5-6 тепловых кВт. Для их получения требуется около 2 удельных кВт электроэнергии на все технические устройства, включая как выработку ледяной воды с ее перекачиванием, так и не-

посредственное испарение в машинах, аппаратах и в оборудовании холодильных камер.

Анализ немногочисленных аварий аммиачных систем прежнего типа за последние 10 лет показывает: происходят они главным образом вне холодильных компрессорных цехов. Например, перекачивают по трубопроводу аммиак в удаленные системы непосредственного испарения – и формируют таким образом трассу пространственного риска на периферии. Впрочем, исключить риски подобного свойства вполне по силам любому предприятию с переходом на каскадные системы. Например, первым каскадом может быть низкотемпературное массивное поле, образованное ледяной водой с устойчивыми $+2^{\circ}\text{C}$ в термоизолированном баке-аккумуляторе большого объема, расположенном возле компрессорной. Вместимость бака должна быть ориентировочно равна суточному объему переработки сырого молока в тоннах. Этой практике почти полвека. Ледяная вода в данной системе – уже не хладагент, а безопасный хладоноситель, который к тому же в зимний период может охлаждаться естественным холодом без всяких компрессоров. Из этого термоизолированного бака другими циркуляционными насосами хладоносители подают в конденсаторы небольших локальных холодильных установок на предприятии, возвращая воспринятое от них тепло обратно в бак. Это второй каскад. Впрочем, термин «тепло» в данном случае относится к повышению температуры хладоносителя с $+2$ до $+8^{\circ}\text{C}$, что человеком ощущается физически одинаково, как холод.

Совершенствование систем, о котором было поведено выше, опирается на замкнутые холодильные циклы, использующие внутри себя специальные хладагенты – переносчики тепловых потоков. Но существуют и другие варианты.

Несколько столетий тому назад узбекские гончары, испытывавшие дискомфорт от узбекской жары, начали делать хитрые глиняные сосуды для воды со стенками, похожими на потную кожу.

Природная подсказка по способам охлаждения

Ее Величество Природа показывает нам иной способ отъема тепла – водоиспарительный, в котором используется разомкнутый цикл. В жаркое летнее время человеческий организм охлаждает сам себя, выделяя на поверхность кожи пот, который при испарении забирает с собой в пространство лишнее тепло. Если за 10 часов жаркого июльского дня вами потерян 1 кг пота, то расчетная мощность вашего личного организменного водоиспарительного «холодильника» составила примерно 70 тепловых Ватт, причем до 56 Ватт из общей мощности пришлось на отвод тепла с помощью кровотока от собственного главного компьютера на водной основе – головного мозга. Но у того, кто не прикрыл свою голову (тем более, бритую) от прямых инфракрасных солнечных лучей, личная система охлаждения может не справиться с задачей – и резко возрастает риск получения солнечного удара вплоть до потери сознания.

Отмеченный способ охлаждения работает и в общепланетарном масштабе. Все гигантское перераспределение тепла на планете Земля осуществляется за счет бесперебойного функ-



Фото 5. Холодильный блок на основе аддитивного термодинамического цикла

ционирования того же водоиспарительного цикла, невообразимо большого по своим мощностям и занимаемому в пространстве объему. Попадающая на поверхность планеты лучистая энергия солнца выполняет в этом деле роль мегакомпрессора. Нагретые пары воды поднимаются от влажной земли, морей и океанов в атмосферу повыше и собираются в облака. Облака переносятся ветром в районы с пониженной температурой – природные конденсаторы, где превращаются в жидкость с выделением тепла конденсации и проливаются дождями, а при охлаждении ниже нуля – выпадают снегом. В средние широты, отличающиеся редкой облачностью, конечно же, тепло не перераспределяется, поэтому там наблюдается резко континентальный климат с большими температурными перепадами: очень холодно зимой и жарко летом. А там, где выпадает влага, она по системе ручьев и рек гравитационно перемещается вновь в моря и океаны – природные испарители. Все это происходит максимально экологично в открытом широком пространстве, а не в герметично замкнутых технических системах.

Возникает неизбежный вывод: если это в природе работает фрактально (дробно и самоподобно в разных масштабах, как русская матрешка), притом в живых организмах с их уникально экономными индивидуальными энергосистемами, то реализация в технике просто обязана быть эффективной. Тем более при таких превосходных термодинамических свойствах воды (рис. 2). Так оно и есть. Просто человечество еще информационно не доросло до уровня воплощения в металле и пластике подобных технических систем промышленного обеспечения. Однако первые опыты сознательного использования людьми отмеченного эффекта относятся еще к XVIII веку. Теоретические расчетные основы водоиспарительного охлаждения теперь созданы (в том числе и в России), экспериментальные маленькие современные установки собраны и работают с подтверждением простоты, экологичности и эффективности природного способа отъема тепла. Новые решения в этой области техники продолжают обростать патентами на изобретения. Отдельные элементы систем водоиспарительного типа (оборудование, аппаратура) конструируются и изготавливаются для испытаний в машиностроительной промышленности различных стран.

Между тем, еще несколько столетий тому назад узбекские гончары, испытывавшие дискомфорт от

узбекской жары, начали делать хитрые глиняные сосуды для воды со стенками, похожими на потную кожу. Для создания микроскопических пор, в сырую глину подмешивали определенное количество мельчайшей сухой пыли от истолченных высохших листьев. При обжиге готовых изделий в гончарной печи, пыль выгорала, а микропустоты от нее в толще обожженной глины пропускали на поверхность сосуда «пот», который испарялся в тени (еще лучше – на ветерке), охлаждая керамику по биологическому принципу наших организмов. А уж внутри самоохлаждающихся стенок кувшина, понятное дело, вода не могла быть теплой.

«Высшим пилотажем» в отъеме тепла является теплонасосный режим с двойной пользой, который в конце XIX века предложил знаменитый британский физик лорд Кельвин.

При освоении исследователями водоиспарительного охлаждения в техническом варианте, дополнительно обнаружилось еще одно полезное свойство воды – формирование при этом микрокристаллической текучей водолеяной суспензии-шуги с кристалликами льда в ней до 50 микрон, названной жидким или бинарным льдом (binary ice). Содержание льда от 20 до 40% в мелкодисперсном виде позволяет резко увеличить охлаждающую способность текучего хладагента: тонна ледяной воды обладает способностью отъема тепла в количестве 2930 кДж, а та же тонна 20%-го бинарного льда имеет показатель 9610 кДж, то есть в три раза больше с возможностью доставки высокого потенциала охлаждения непосредственно до аппарата охлаждения в цехе. Соответственно, 40%-й жидкий лед шестикратно эффективнее, так как фазовое превращение кристалликов льда в воду происходит во внутрицеховом оборудовании. А это уже совсем иное качество отбора тепла посредством безупречно чистого экологически и безопасного для человека хладоносителя!

Но «высшим пилотажем» в отъеме тепла является теплонасосный режим с двойной пользой, который в конце XIX века предложил знаменитый британский физик У. Томсон (лорд Кельвин). Тепло, извлеченное из обрабатываемых потоков сырья и продукции, после повышения его потенциала направляют на цели подогрева в другие секторы производства и на отопление помещений.

Заключительные соображения

Итак, обратить внимание следует на следующие моменты обработки молока холодом:

1. Прежде чем охлаждать свежесвыдоенное сырое молоко, целесообразнее (и дешевле!) очистить его от микроорганизмов на бактофуге, предпочтительнее прямо на ферме. Тогда и качество сырья будет держаться уверенней возле верхней его границы в течение продолжительного периода времени, и холода для обеспечения его сохранности потребуется на 20% меньше.

2. Природные возможности (называемые в экономике природной рентой за создание высокого потенциала получения прибыли) – самые дешевые из всех возможных ресурсов. Низкотем-

пературные – в их числе. «Доставка» готового уже естественного холода из окружающей среды почти на всей территории России в технологические процессы – самое рациональное направление изъятия из них тепла.

3. Промышленные системы отъема тепла обязаны учитывать неодинаковую потребность в этом силовом факторе при производстве различных продуктов. Здесь важна продуманность распределения разнотемпературных потоков с расчетами технологических операций в процессах их тепловой и холодной обработки согласно выбранному ассортименту. Представляя себе, насколько дорог искусственный холод, его целесообразно применять там, где уже «не срабатывает» обычная вода с температурой поступления на завод в диапазоне от +8 до +12 °С.

4. Аммиак признается международным сообществом специалистов-холодильщиков в качестве лучшего на сегодня хладагента для многих отраслей промышленности (по своим термодинамическим качествам), при этом еще и в разы дешевле аналогов, но безопасен он только при использовании в малоаммиакоемкой технике последнего поколения.

5. Не следует пренебрегать вариантом каскадного охлаждения с аккумулялированием ледяной воды (или жидкого льда) в термоизолированных баках-аккумуляторах верхнего каскада. Так создается устойчивое к тепловым возмущениям температурное поле, приближенное к заветному нулю по Цельсию, которым можно затем уверенно пользоваться на молокозаводах с радиусом циркуляционных контуров до 100 м от места расположения такого бака. Компактные и экономичные нижние каскады на хладагенте R134a с водяными конденсаторами на ледяной воде могут размещаться точно в различных местах предприятия, не создавая при этом никаких опасностей для производственного персонала.

6. Достижения современной науки и инженерной практики доказывают эффективность внедрения тепловых насосов практически повсюду, где есть потребители теплой воды около температурного уровня в 30 °С. Среди таких потребителей может быть первичный подогрев воды для последующего разбора на технологические и бытовые нужды предприятия, подогрев полов вместо традиционного отопления, не говоря уже об организации подсобного тепличного хозяйства и обогреве ближайшего участка подъездной дороги к молокозаводу.

Несмотря на фантастический взлет человечества во многих отраслях техники, задачи формирования экономичных компактных и безопасных систем промышленного холода остаются такими же сложными и манящими, как полвека тому назад. Если представить ориентир к самым вершинам этой техники, то вполне подходят слова из песни Владимира Высоцкого: «Как Вечным огнем сверкает днем Вершина изумрудным льдом, которую ты так и не покорил...». Зато есть к чему стремиться и в чем себя проявить. **mc**

Открыта подписка на журнал «Молочная сфера»



4 номера (годовая подписка) **1400 руб.** (350 руб./1 экз.)

Оформить подписку можно через:

ОТДЕЛ РАСПРОСТРАНЕНИЯ

тел.: +7 (812) 702-36-70

e-mail: podpiska@sfera.fm

НАШ САЙТ

sfera.FM

МОЛОЧНЫЕ БЕЛКИ
ПЕКТИНЫ
КАРРАГИНАНЫ
АРОМАТИЗАТОРЫ
КРАСИТЕЛИ
КИСЛОТЫ И БУФЕРНЫЕ СОЛИ
КОНСЕРВАНТЫ
ОМЕГА-3
КМЦ
АНТИОКСИДАНТЫ

Москва (499) 682-70-90
Краснодар (861) 275-65-04
Екатеринбург (343) 278-60-44
Омск (3812) 30-27-80
Новосибирск (383) 220-50-32
Казань (843) 272-64-91
Самара (846) 207-07-70
Алматы +73 (727) 379-15-22
Павлодар +73 (7182) 32-28-44
Киев +38 (044) 484-61-82

Санкт-Петербург (812) 327-43-52 / office@soyuzoptorg.ru

Многоканальный телефон: 8-800-333-00-89 /звонок по России бесплатный/

www.soyuzoptorg.ru



В АССОРТИМЕНТЕ КОМПАНИИ
БОЛЕЕ 1 000 НАИМЕНОВАНИЙ
ИНГРЕДИЕНТОВ ДЛЯ ВСЕХ
ОТРАСЛЕЙ ПИЩЕВОЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ



Автор: **Алексей Кулинич**,
представитель компании
в странах СНГ и Балтии
моб. +7-495-505-40-52,
skype: alekseykulnich1

Компания: **I.C.F. & Welko S.p.A.**
Via Sicilia, 10, 41053 Maranello (MO) – ITALY
Tel. +39 0536 240811
Fax +39 0536 240888
e-mail: info@icfwplants.com
www.icfwplants.com

Современное оборудование для сушки и агломерации

Сушилки распылительного типа по праву считаются одним из лучших инструментов переработки жидких молочных продуктов в сухие формы для длительного хранения.

Преимущества порошкового молока известны: длительные сроки хранения, до 2 лет, легкость в транспортировке (свежее молоко содержит до 88% воды), необременительные способы хранения и т. д.

Порошковое молоко и такие продукты, как сыворотка и белки, используются для приготовления молочных продуктов, детского питания, диетического и энергетического питания, для производства кондитерских изделий, шоколада, мороженого, быстрорастворимых напитков (в том числе и для торговых автоматов) и многого другого.

Высушивание распылением (атомизация и микрокапсуляция) представляет собой самый распространенный, эффективный и экономичный способ получения молочных продуктов, гарантируя при этом продукцию высокого качества. Сушка распылением, конечно, при использовании современного оборудования и соблюдении допустимых технических характеристик, позволяет получать современный, качественный продукт.

Исторически сложилось так, что на территории бывшего СССР устанавливались сушилки одностадийной сушки различной модификации и формы. До сих пор на производствах молочных продуктов используются сушилки производства 30-летней, а то и 40-летней давности.

Без сомнения, за это время научная и конструкторская мысль ушла вперед на значительное расстояние.

И если к включению в производственный процесс вакуум-выпарных установок большинство производителей уже привыкло, тем более что многие сушилки изначально комплектовались ими (молоко и молочные продукты,

сыворотка могут быть концентрированы от начального значения 3-12% до 40-60% содержания сухих веществ, что дает значительную экономию в следующей фазе высушивания), то применение второй, а то и третьей стадии сушки молочных продуктов многие директора предприятий и даже технологи считают излишеством, а иногда просто не знают об их существовании.

А между тем, уже вторая стадия сушки, а точнее досушка в псевдокипящем слое, открывает новые значительные возможности перед производителями.

Продукт сушится в деликатном режиме. Смысл процесса состоит в том, что после сушильной башни обработанный в щадящем режиме продукт имеет сравнительно высокую влажность и попадает на следующую стадию сушки как бы недосушенным и досушивается в псевдодожигенном слое, что позволяет получать продукт высокого качества, не разрушая в процессе сушки лактозу и белки.

К слову сказать, это позволяет в некоторой степени экономить и энергоносители, что, согласитесь, немаловажно при значительном ежегодном росте цены на них.

Мультистадийные сушилки, имеющие, например, интегральный «кипящий слой» или/и внешний вибрирующий «кипящий слой», позволяют получать продукцию высочайшего качества, полностью соответствующую европейским стандартам качества, а по некоторым параметрам и превосходящих их (при условии, конечно, поступления в процесс доброкачественного исходного сырья).

В результате мультистадийного процесса производятся быстрораствори-



мые порошки, с отличной сыпучестью, с пониженным комкованием, состоящие из пустотелых микросфер, имеющих различные гранулометрии, в зависимости от типа продукта, типа используемой сушилки и геометрии применяемого процесса.

Гранулометрия может несколько отличаться, но суть остается одна: применяя многостадийную сушку, можно значительно, на порядки, улучшить качество продукта.

Это тем более важно в нынешнее время жесткой конкуренции, поиска новых рынков сбыта и повышения требований к продукту со стороны конечного потребителя и сертифицирующих органов. Особенно это относится к детскому и диетическому питанию.

Как органичное дополнение, в виде know-how, например, фирма ICF & Welko, Италия, предлагает комплектовать производственные линии агломераторами модели R.C.R, которые не только значи-

тельно улучшают внешний вид, позволяя получать гранулированный продукт с гранулами 1-3 мм методом спекания паром, показатели растворимости, сыпучесть, пылимость и еще ряд технических характеристик готового продукта, оставляя неизменными физико-химические свойства, но и открывают серьезные перспективы перед производителем, позволяя создавать целую палитру новой продукции на основе спеченных, гранулированных смесей.

Другие участники рынка предлагают в данном случае лишь сухое смешивание.

Новые технологии, а практически это нано и микротехнологии, позволяют сконструировать продукт по заранее продуманным схемам. Причем, заданные параметры будут четко отслеживаться автоматикой. Например, нашей компанией разработаны продукты на основе сыворотки, сои или растительных сливок, которые полностью заменяют натуральное молоко или сливки. Более того, продукту возможно придать любой вкус и параметры. Например, что вы скажете о сухих йогуртах, порошковом белом шоколаде или сливках абсолютно без холестерина, которые к тому же дают замечательную пенку в кофе. Но и это еще не все! Огромные возможности дает технология микрокапсулирования вкусоароматики. Например, можно произвести белковую добавку, скажем, в колбасу, которая раскроет свои вкусоароматические и стабилизирующие свойства при созревании в пути к потребителю или на полке магазина. Или еще один пример – сухие смеси для приготовления мороженого, которые «раскрывают» все свои вкусоароматические и стабилизационные свойства лишь при достижении определенной температуры. И таких примеров, а точнее рецептов на базе технологий, разработанных компанией ICF & Welko, великое множество: это и жевательная конфета, не прилипающая к рукам, и сухие, гранулированные напитки, которые восстанавливают свои свойства и проявляют новые при определенных условиях, и наполнители для различных видов продуктов. За «умными» продуктами, которые изменяют свои свойства при определенных, четко прописанных условиях – будущее.

ICF & Welko с удовольствием построит под ключ любое предприятие с необходимыми заказчику параметрами. Мощность предприятия может варьироваться



от 50 кг/час до 25 тонн/час по сухому продукту. Кроме этого, компания выпускает лабораторное оборудование.

Наверняка у производителей возникнет вопрос – возможно ли модернизировать имеющееся оборудование и довести его до уровня современных требований? Да, лидеры рынка, производители оборудования, такие фирмы, как ICF & Welko и некоторые другие, предоставляют такие возможности. В короткие сроки и за относительно небольшие деньги вы можете довести показатели вашей готовой продукции до уровня мировых стандартов.

Как правило, стоимость модернизации оборудования с лихвой окупается в первые 1-2 года – за счет повышения качества производимой продукции и увеличения отпускной цены на нее, увеличения рынков сбыта, расширения спектра производимой продукции и снижения накладных расходов.

К сожалению, в небольшой статье нет возможности затронуть все стороны процессов переработки молочных продуктов. Например, вопросы сушки сыворотки, которую на подавляющем большинстве предприятий молочной промышленности просто сливают в канализацию, или применения системы автоматической мойки оборудования, что исключает человеческий фактор и, следовательно, снижает потери, или применение современных систем фильтрации, которые позволяют свести потери готового продукта к минимуму, или вопросы создания современной лаборатории на предприятии, оснащенной минисушилками, или вопросы транспортировки готовой продукции и т. д.



В заключении хотелось бы затронуть еще один «больной» вопрос, в значительной степени влияющий на качество продукции и на накладные расходы – это вопрос автоматизации контроля процесса производства. Очень важно, чтобы контроль процесса был надежным, незамедлительным и гибким. Основные поставщики оборудования предлагают полностью или почти полностью автоматизировать процесс. В частности, ICF & Welko предлагает электронный пульт супервизора, посредством которого контролируются управление производством и состояние работы оборудования, а также несколько местных пультов, откуда управляют порядком работы, рецептами, тревогами, промывками и т. д.

Подобные или более упрощенные системы автоматизации предлагают и другие участники рынка оборудования.

В автоматическом режиме разница, скажем, температуры при сушке продукта может колебаться только на десятки или сотни долей градуса, а при ручной регулировке нередки колебания на десятки градусов, особенно, как вы наверняка знаете, в третью смену или после праздников. О каком качестве готовой продукции после этого может идти речь?

Необходимо понимать, что современный рынок молочных продуктов динамично развивается и все более жестко диктует свои условия, и поэтому предприятия, работающие «по старинке», «на глазок», не вкладывающие средства в собственное техническое перевооружение, будут в скором времени отодвинуты на второй план, а то и вовсе вытеснены с рынка. **Р**



Компания: **ООО «РАЙХ»**
Санкт-Петербург, ул. Седова, 10
тел.: +7 812 380 42 14,
моб.: +7 921 311 59 53
vponomarenko@reich-germany.com
www.reich-germany.de

Автор: **Владимир Пономаренко**
генеральный директор
представительства компании
REICH в России,
странах СНГ и Балтии

Максимум колбасного сыра с минимальными затратами



Мне бы хотелось в очередной раз поднять тему о копчении и упаковке колбасного сыра в проницаемых искусственных и целлофановых оболочках, сформированных на ЧАБе или на ФАЛе.

Всем понятно, что этот продукт не дорогой, и поэтому всегда очень сложно принять решение о покупке высокотехнологичного, но дорогого оборудования. Хотя если заняться арифметикой и подсчитать, сколько примерно можно сэкономить за год в случае отказа от оборудования, не предназначенного для работы с сыром («мясные» универсальные термокамеры, клипсаторы и др.), то можно убедиться – сумма получается приличная. Например, использование системы упаковки на ЧАБе обеспечивает не только полную автоматизацию процесса, ускорение производства и абсолютно точный вес, но

и гигантскую экономию по расходным материалам – от 30 до 40%. Существенную экономию приносит также правильная «сырная» термокамера, которая проводит максимально быстро (на 50% быстрее, чем любая «мясная» камера) обсушку продукта для образования основы, служащей дальнейшему сохранению влаги в продукте. Затем по специализированной программе, с помощью специально созданного для сыра турбо-паро-дымогенератора, она производит копчение при 100% влажности, что обеспечивает от 5 до 10% снижения потерь на целлофане и вдвое на прочих проницаемых искусственных оболочках.

Таким образом, производя расчеты только по выходам на термокамере при копчении, например, колбасного сыра в целлофане за год при условном производстве 5 тыс. кг в сутки и стоимости сыра с завода (разной ценовой категории) от 50 до 100 рублей, выигрыш может составить от 250 до 500 кг в день (90-180 тыс. кг в год) и соответственно 115-450 тыс. евро за год работы. Эти деньги могут с лихвой окупить покуп-

ку одной или двух термокамер. Так, четырехкамерная сырная камера с турбо-паро-дымогенератором стоит чуть более 100 тыс. евро, а может производить (исходя из максимального срока копчения в 1 час и времени работы в сутки до 20 часов с мойкой) до 28 тыс. кг в сутки. А на прибыль от работы чудо-ЧАБа можно через пару месяцев заказывать себе новенький Ferrari или еще один ЧАБ, что, конечно, не так элегантно, но однозначно правильнее.

А теперь представьте калькуляцию завода, который производит 30-40 тонн в день – суммы превышают миллион евро. Кроме всего вышеизложенного, компоновка REICH – VERMEE дает множество других преимуществ: визуальная красота – немаловажный маркетинговый ход, позволяющий лучше позиционировать свой продукт на прилавке; постоянное качество продукта как по набивке, так и по цвету копчения; увеличенные сроки хранения за счет технологий упаковки и специализированного для сыра копчения. А если упаковать сыр на ЧАБе и закоптить его в эксклюзивных формах для копчения REICH, то продукт можно продавать не за 50-100 рублей, а позиционировать как «элитный» и предлагать за 200 рублей.

Так почему же при всем перечисленном наши дорогие и любимые производители плавленного колбасного сыра нет да нет, а купят какую-нибудь отечественную, польскую, чешскую или даже неспециализированную немецкую камеру и клипсатор? Ответ, думаю, очевиден: они не в курсе или просто не читали эту статью.

Если вам стало интересно и вы, наконец, решили, что надо зарабатывать, а не экономить, то мы будем рады видеть вас в конце марта на выставке ANUGA в Кельне. ■



Компания: «Кизельманн Рус»
РФ, 125476 Москва, ул. Василия Петушкова, 3
тел.: +7 495 258 92 30,
факс: +7 495 258 92 31
e-mail: sales@kieselmann.org
http://www.kieselmann.com

Легко мыть

Системы механической очистки трубопроводов

*Легкость промываемости технологической линии зависит не только от легкости промывания установленных в ней отдельных компонентов. Принимая во внимание, что в технологической линии не должно оставаться большого количества продукта для смыва вместе с моющими растворами в канализацию, компания «Кизельманн» предлагает высокоэффективные ду-
плексные системы механической очистки трубопроводов, принцип действия которых заключается в механическом вытеснении продукта из трубопровода при помощи выполненных из различных эластомеров сдвоенных скребков.*



Асептический (вверху)
и гигиенический (внизу)
сдвоенные скребки

Использование сдвоенных скребков позволяет достичь превосходного уровня предварительной очистки технологической линии. Скребок, например, под действием сжатого воздуха способен очистить трубопровод от станции производства продукта до фасовки. Объем остающегося в технологической линии продукта после такой очистки составляет менее 0,5% общего внутреннего объема трубопроводов. На мойку такого объема остатков продукта тратится существенно меньше ресурсов. В качестве вытесняющей среды для сдвоенного скребка можно использовать сжатый воздух или жидкость, в том числе и моющие растворы.

Для установки системы механической очистки как в существующие, так и в новые технологические линии необ-



Принципиальная
схема
системы
механической
очистки

ходимо следовать нескольким простейшим условиям:

- перекачиваемый насосами продукт;
- рабочее давление PN 10/16;

- трубопровод, по которому будет двигаться скребок, должен быть одного диаметра;
- все установленные на пути скребка клапаны должны быть полнопроходными.

На концах предназначенной для очистки технологической линии устанавливаются пусковая и приемная станции, и больше нет необходимости в монтаже дополнительных трубопроводов. Системы механической очистки промываются станциями безразборной мойки одновременно с мойкой всей технологической линии, также системы механической очистки могут быть стерилизованы паром. Системы механической очистки «Кизельманн» выпускаются как в гигиеническом, так и в асептическом исполнении. Принципиальным отличием асептического исполнения является использование в конструкции пусковой и приемной станций только асептических седельных клапанов, в то время как в гигиеническом исполнении используются клапаны бабочка, шаровые клапаны и клапаны бабочка с контролем протечки.

Следуя тенденциям полной автоматизации технологических линий, системы механической очистки «Кизельманн», конечно же, готовы к работе в полностью автоматическом режиме. Прекрасно интегрируемые в существующие технологические линии и их системы управления, системы механической очистки будут четко выполнять поставленные задачи, вне зависимости от типа установленной системы управления. Компания также предлагает услуги по интеграции систем механической очистки с управлением на полевых шинах. Для этого она разработала управляющие головки для клапанов, благодаря которым процесс механической очистки трубопроводов полностью автоматизируется. Пользуясь технологиями автоматизации «Кизельманн», вы сможете значительно сократить временные затраты на прокладку электрических кабелей, монтаж, пусконаладочные работы, а также расширить возможности по поиску и устранению неисправностей, что в конечном счете приведет к повышению надежности системы управления в целом и снижению затрат до 30%.

Результатом применения систем механической очистки будет увеличение производительности технологической линии за счет уменьшения времени на мойку, снижение затрат на утилизацию за счет более эффективного использования продукта, что в конечном итоге принесет увеличение прибыли. **Р**

Автор:



Виктория
Загоровская

Сырные фантазии



Российский рынок сыра является одним из наиболее привлекательных сегментов пищевой отрасли, обладающим значительным потенциалом роста. Поскольку он еще далек от насыщения, залогом успеха производителей и поставщиков сыров является способность предложить широкий ассортимент, отвечающий ожиданиям потребителей и требованиям современного рынка.

Фасованные сыры набирают популярность

Успешное противостояние лидерам отрасли возможно только при комплексном подходе к вопросам продвижения.

которые представлены слайсами, лепестками, теркой, кубиками и т. д., а также кусковой продукцией небольших размеров (по преимуществу, элитные сорта) в многократно закрываемой упаковке. Это в полной мере отвечает особенностям российского потребления сыра – не в качестве самостоятельного блюда, как в Европе, а в основном в виде сопутствующего продукта, например, дополнения к бутербродам, салатам, закуски или части десерта.

Российский рынок фасованных сыров в 2011 году продолжает демонстрировать рост. По данным GFK, основным драйвером роста сегмента фасовки является уве-

Хуан Регуэйро разработал дизайн упаковки и графического оформления для традиционного галисийского сыра, производимого в Испании.

В 2010 году прирост сегмента по отношению к 2009 году составил 48% в натуральном выражении и 84% в денежном.

Рост российского рынка продолжается вслед за мировым. По прогнозам производителей, к 2018 году доля фасованных сыров на мировом рынке вырастет с сегодняшних 8% до 40%. Причиной мирового спроса на фасованный сыр является безопасность и длительный срок хранения фабрично упакованного продукта. Эти качества особенно важны и для нашего рынка, где практикуется перевозка на большие расстояния и длительность хранения продукта в торговых точках, в результате которой сыр, не упакованный по специальным технологиям, часто портится.

Другой важной тенденцией является рост доли специальных сыров. Уже сегодня на рынок выведены такие виды, как «Чеддер», «Шеврет», «Мимолет», «Олд датч мастер», «Грана падано», свежие козы сыры, свежие творожные сыры, а также появились испанские фасованные сыры. Имея возможность оперировать небольшими фасованными порциями, потребители и дальше будут приобретать новые сорта, расширяя таким образом свою «сырную корзину», а магазины – увеличивать представленный ассортимент. Кстати, недавно бывший басист британской рок-группы Blur Алекс Джеймс (Alex James), который уже получал награды за некоторые из своих сыров, создал новый сорт –



Измерительная шкала на «карандашах» и обратной стороне упаковки информирует, сколько сыра нужно для каждого блюда и сколько калорий содержится в каждой порции.

Это касается не только брендинга продукции, расширения ассортимента предлагаемых товарных позиций и освоения новых рыночных ниш. Нельзя пренебрегать таким аспектом, как удобство упаковки. На смену крупным сырным головам в парафиновой оболочке постепенно приходят порционные сыры,

личение доли домашних хозяйств, отдающих предпочтение фасованному сыру вместо кускового. Общий рост экономики ведет к ускорению ритма жизни современного человека. Потребители, отдавая предпочтение фасованным сырам, экономят свое время и силы на приготовление различных блюд.

с использованием карри, томатного кетчупа и сладких перцев чили. Как сообщает Upravovano.ru, его козий сыр Little Wallop, завернутый в виноградный лист и вымоченный в яблочном ликере, в 2008 году выиграл главную награду конкурса British Cheese Awards. Однако сыродел, который помогал знаменитости в создании титулованного сыра, заявил, что музыканту придется приложить максимум усилий, чтобы новый сыр Tikka Masala добился такого же успеха.

Джулиет Хэрбатт (Juliet Harbutt), учредительница конкурса сыров, рассказала: «Мы с Алексом уже создавали вместе сыры, однако ничего похожего на этот продукт у нас не было. Существует много проверенных вариантов производства легендарных сыров, и я была удивлена, когда Алекс решил пойти именно этим путем». Отметим,

Новый образ для традиционного продукта

С ростом уровня жизни населения растет потребительский спрос на элитные сорта сыра. Увеличение доходов означает смену образа жизни, и тут надо соответствовать – например, экспериментировать с новой подачей традиционных сыров «с историей».

Выпускник Escuela Superior de Arte y Diseño Pablo Picasso и ESAD de Matosinhos (Португалия) Хуан Регуйро (Juan Regueiro) разработал дизайн упаковки и графического оформления для традиционного галисийского сыра, производимого в Испании.

Концепт был назван Queso Tetilla (с исп. queso – сыр; tetilla – сосок), сообщает Upravovano.ru со ссылкой на Packaging of the World. Сыр «Тетилла» традиционно имеет заостренную

Creamery, затрачиваемые на производство конечного продукта. Это играет важную роль при производстве сыра Mull of Kintyre Scottish Cheddar, пишет Upravovano.ru.

Клер Ирвин (Claire Irvine), представитель компании First Milk и бренд-менеджер Mull of Kintyre Scottish Cheddar, рассказала: «Мы гордимся наследием бренда и его традиционным рецептом. Но в то же время наш бренд современен и ставит во главу угла качество. Мы хотели, чтобы новая упаковка отражала это. Наш сыр позиционируется как качественный, повседневный и доступный продукт, обладающий богатым и уникальным вкусом». Отметим, что молоко на сыроварню поставляется с 38 местных ферм, где коровы пасутся на плодородных пастбищах.

Натуральность, польза и удобство

Многие производители, как правило, делают упор на качество продукции и экологическую чистоту. Так, дизайнер Фрэнк Элой (Frank Aloï) разработал упаковку для южноавстралийской компании Udder Delights, которая обратилась к нему с просьбой создать фирменную символику для новой линейки сыров Divine Dairy. Компания расположена в регионе Аделаида Хиллз, молоко получает от местных молочных хозяйств. Производитель сыров гордится высоким качеством своей продукции. Дизайнер сразу же ухватился за идею сельских, традиционных методов ручного производства, которые Udder Delights использует при создании своего сыра во французском стиле.



Старинная марка шотландского сыра нашла для своей продукции новый образ.



Adams Foods и Tesco выпускают новую линейку сырных продуктов под названием Му.

что на рынке сыра все чаще стали появляться новинки, причем инновации связаны как со вкусовыми качествами, необычными добавками и рецептурой, так и с новой формой продукта. Некоторые производители, учитывая большое внимание покупателей к упаковке, стараются сделать ее наиболее привлекательной. Так, французский сыр Фоль Эпи, имеющий хлебную корочку, изготавливается в виде каравая с изобразженными на нем колосьями. Также эксперты ожидают увеличения доли брендовой сырной продукции и увеличения усилий производителей по ее продвижению.

Конкуренция брендов является основным механизмом на российском молочном рынке и постепенно захватывает и сырный сегмент. При этом доля небрендованных сыров локальных производителей таких универсальных сортов, как «Российский», будет падать.

коническую форму, что и подчеркнул Регуйро в дизайне. Упаковка данного сыра обладает двумя функциями. Во-первых, защита продукта. Во-вторых, после вскрытия упаковки ее можно использовать в качестве разделочной доски или же подставки. Графическое оформление переносит потребителя в природную свежесть галисийских лугов и подчеркивает высочайшее качество сыра.

Совершенно новый образ придала Mull of Kintyre Scottish Cheddar своей линейке старинного шотландского сыра «Чеддер». Ее сорта Mature, Extra Mature, Vintage и Truckle теперь доступны в новых упаковках, на создание которых производителей вдохновило наследие бренда. Новая упаковка и рекламная кампания под названием Going the extra mile («Проходя лишнюю милю») отражает усилия фермеров и сотрудников сыроварни Campbeltown



Британский дизайнер использовал старинные гравюры для создания упаковки сыра.

Каждый подобранный дизайнером цвет олицетворяет определенный сорт сыра и добавляет традиционному дизайну современности. Кроме того, яркая упаковка позволяет создать запоминающийся и эффектный продукт, выделяющийся среди конкурентов. На упаковке изображена корова, что также символизирует натуральное происхождение сыра, сообщает Upravovano.ru.

Компания Pilgrims Choice отмечает свой успех после того, как ее новый сыр Lighter Extra Mature завоевал суперзолотой статус на конкурсе World Cheese Awards. Это можно назвать серьезным

достижением. В семейство Ми входят шесть ассортиментных наименований. Новая продукция разрабатывалась с использованием опыта специалистов категорийного менеджмента и маркетинга марочных товаров в компании Adams Foods. Они тесно сотрудничали с коммерческой и маркетинговой командами Tesco для создания сыров, ориентированных на семью. Позиция производителя состоит в том, что необходимо облегчить поход потребителя за покупками. Алистер Джексон (Alastair Jackson), директор маркетинга в Adams Foods, рассказал: «Нам понравилось работать

Великобритании Тимом Саммером (Tim Sumner) стояла задача создать упаковку для любого продукта, основываясь на каком-либо мифе. Он остановил свой выбор на сыре. Вдохновением для молодого специалиста стало популярное среди британских детей представление о сделанной из зеленого сыра Луне. Как пишет Upravovano.ru, его решением стало использование изображений поверхности Луны и лунных циклов для напоминания о силе, заключенной в сыре. Используя гравюры XIX века с изображением Луны, дизайнер получил упаковку необычного вида.



Каждый подобранный дизайнером цвет олицетворяет определенный сорт сыра и добавляет традиционному дизайну современности.



достижением для недавно выпущенного продукта. Диетический вариант сыра был также выбран одним из 16 лучших сыров из 34 стран мира. Конкурс World Cheese Awards был основан более 20 лет назад, и его судьями являются более 200 экспертов со всего мира. Дальнейшего успеха компания Pilgrims Choice добилась, когда ее сыр Lighter Mature получил серебряную награду в категории «Твердый сыр с пониженным содержанием жиров». Сыр Lighter Mature, запущенный в производство не так давно, не только завоевал звание «Reserve Champion» на Global Cheese Awards, но и золотую медаль на конкурсе «Great Taste Awards» и серебряную – на International Cheese Awards. Более легкие сыры с пониженным содержанием жиров – это сила, с которой надо считаться в сегодняшней сырной индустрии. Стоимость этой категории составляет 43,8 млн фунтов стерлингов, причем увеличивается она со скоростью 28,7% в год, пишет Upravovano.ru.

Компания Adams Foods в сотрудничестве с британской сетью супермаркетов Tesco выпустила на рынок новую линейку сырных продуктов под назва-

нием Ми. Вместе с Tesco над созданием бренда Ми. Когда-то наша компания приняла решение разрабатывать продукты, которые любят потребители, и бренд Ми не стал исключением».

Остаться в памяти

Фэтти Берк (Fatti Burke) провела дизайн упаковки продукции ирландской компании-производителя сыров Imokilly Cheese. В ходе работы художница использовала рукописный шрифт, текстурную жиронепроницаемую бумагу и ограниченную цветовую палитру. Все это помогает передать высокий класс сделанного вручную продукта, но сохранить легкую искренность с помощью стиля изложения информации о содержимом упаковки. Был также придуман новый лозунг – All The Way From East Cork («Целиком из Восточного Корка»). Чтобы стимулировать повторное использование упаковки, на ее обратной стороне напечатаны рецепты, которые можно оторвать с помощью перфорации, их можно повесить на холодильник или собрать в книгу, пишет Upravovano.ru.

Очень привлекательными для потенциальных покупателей могут стать и красиво преподнесенные легенды о сырах. Например, перед студентом из

Коробка с карандашами

Немецкая пищевая компания The Deli Garage решила необычным образом подать свои сыры «Пармезан» и обратилась за помощью к рекламному агентству Kolle Rebbe. Дизайнерам было предложено разработать упаковку для трех видов сыра, которая включала бы в себя терку. Таким образом потребитель смог бы легко и быстро добавить к своему блюду аппетитный тертый пармезан, пишет Upravovano.ru. По задумке, продукт и его упаковка должны быть эффектными и вместе с тем простыми в использовании.

Дизайнеры не растерялись и создали увеличенные карандаши из сыра трех разных вкусов: с трюфелем, соусом песто и чили. И добавили к ним терку, напоминающую точилку для карандашей. Измерительная шкала на «карандашах» и обратной стороне упаковки информирует, сколько сыра нужно для каждого блюда и сколько калорий содержится в каждой порции.

Для начала было выпущено 500 упаковок с сырными карандашами. Они оказались настолько популярными, что были полностью распроданы в течение двух недель. Теперь компания The Deli Garage подумывает о выпуске второй партии товара. **mc**

Ключевые решения принимаются здесь!

3–5 апреля 2012 в Санкт-Петербурге будут проходить ведущие мероприятия пищевой промышленности на Северо-Западе России – международные специализированные выставки «Интерфуд», «Продтех» и Северо-Западный Продовольственный Форум.

Деловая программа Форума:

- Информационная встреча «Пищевая промышленность – приоритетная отрасль российской экономики»
- Конференция «Торговля и производители»
- Биржа деловых контактов
- Конференция «Современные тенденции развития индустрии общественного питания в Санкт-Петербурге. Индустрия быстрого питания. Ресторанный бизнес»
- Смотр-конкурс «Лучшая продовольственная продукция–2012»

П Р И Г Л А С И Т Е Л Ы Й Б И Л Е Т



ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ,
НАПИТКИ И ИНГРЕДИЕНТЫ

www.restec.ru/interfood

Организаторы



МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ

3–5
АПРЕЛЯ
2012

Санкт-Петербург
ВК Ленэкспо



ОБОРУДОВАНИЕ
ТЕХНОЛОГИИ И УПАКОВКА
ДЛЯ ПИЩЕВОЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ

www.restec.ru/prodtech



По вопросам участия в выставках обращайтесь:

Тел.: (812) 320-80-93, 303-88-69

E-mail: foodind@restec.ru, upack@restec.ru



schlwa

загрузка нарезка
порционирование
взвешивание упаковка



Dipl.-Ing.
Schindler & Wagner GmbH & Co KG

Manfred-Schindler-Strasse 1
D-73655 Pluederhausen
Germany
www.schlwa.ru



Разработчик и производитель
автоматических
высокотехнологичных линий для
нарезки, взвешивания и упаковки
колбасы, ветчины, бекона, мясных
деликатесов, сыра и мяса.

Опережая тренды: Низконасыщенный ЗМЖ от ГК «НМЖК»



ЗМЖ серии С309 с пониженным содержанием НМЖК и отсутствием ТЖК идеально применим в производстве мороженого, спредов, творожных и сырных изделий.

«Победа вкуса и пользы» – под таким флагом для ГК «НМЖК» пролетел 2011 год, который стал свидетелем многих успешных решений и достижений в области разработок и производства инновационных продуктов для пищевой промышленности.

Этот год начинается не менее амбициозно. ГК «НМЖК» представляет новый продукт для молочной промышленности – заменитель молочного жира с низким содержанием насыщенных жирных кислот и отсутствием трансизомеров ЖК. Вкус и польза продукции остаются основными трендами и потребительскими приоритетами населения. Взгляд на состав становится все чаще определяющим при выборе. Применение полезных,

понятных ингредиентов делает продукт конкурентно способным и привлекательным.

Технологии производства ингредиентов для пищевой промышленности ГК «НМЖК» соответствуют российским и европейским стандартам качества и основным тенденциям. Выпуск нового продукта для молочной промышленности с низким содержанием насыщенных жиров и отсутствием трансизомеров еще одно тому доказательство.

Европейское Управление безопасности пищевых продуктов придерживается следующего мнения относительно потребления насыщенных ЖК: «Насыщенные жирные кислоты синтезируются организмом человека и требуются в рационе питания. Таким образом, не установлены популяционные эталонные величины потребления, средняя потребность, нижний порог потребления, адекватное потребление. Законодательства, ограничивающего содержание насыщенных жирных кислот, в Европе и мире нет, однако есть общие рекомендации производителям маргаринов и жиров снижать содержание насыщенных ЖК и, соответственно, необходимость снижения потребления НЖК в готовых продуктах. Потребление насыщенных жирных кислот должно быть, насколько возможно, низким в рамках полноценной диеты с точки зрения питательности».

ЗМЖ серии С309 с пониженным содержанием НМЖК и отсутствием ТЖК идеально применим в производстве мороженого, спредов, творожных и сырных изделий.

Имея свой центр разработок и инноваций и поддерживая связи с ведущими европейскими и азиатскими научными институтами, ГК «НМЖК» непрерывно ведет работу по производству новых полезных продуктов.

Со всеми новинками можно ознакомиться, посетив стенд компании на выставке «Пищевые ингредиенты, добавки и пряности» 13-16 марта 2012 года (проходит параллельно с выставкой «Молочная индустрия»). **Р**

Физико-химические показатели

Наименование показателя		ЗМЖ С309	нд
Массовая доля жира, %, не менее		99,7	ГОСТ Р 52179-2003
Массовая доля влаги и летучих веществ, %, не более		0,3	ГОСТ Р 52179-2003
Кислотное число, мг КОН/г, при отгрузке, не более		0,2	ГОСТ Р 52110-2003
Перекисное число, ммоль S O/kg, при отгрузке, не более		1	ГОСТ Р 51487-99
Температура плавления, °C		31-34	ГОСТ Р 52179-2003
Трансизомеры, %, не более		<1	ГОСТ Р 52179-2003
Содержание твердых триглицеридов (%) при температуре:	10 °C	27-33	ГОСТ Р 52179-2003
	20 °C	13-18	
	30 °C	3-9	
	35 °C	1-4	
Жирнокислотный состав	Насыщенные	Не более 35%	ГОСТ Р 51483-99
	Мононенасыщенные	63-67	
	Полиненасыщенные	24-26	
Энергетическая ценность 100 г продукта, ккал		897	СанПиН 2.3.2.1078-01

Трансизомеры жирных кислот

ТЖК играют отрицательную роль в изменении метаболических параметров организма человека, связанных с ишемической болезнью сердца. Кроме того, было проведено несколько исследований влияния ТЖК на риск возникновения сахарного диабета 2 типа, некоторых видов онкологических заболеваний, паралича и пищевой аллергии.



15 - я Московская международная выставка
Пищевые ингредиенты, добавки и пряности

Одновременно:



ingredients

RUSSIA

13 - 16 марта 2012

ВВЦ, Павильон 75, Зал Б
Москва, Россия



*Важный ингредиент для развития
бизнеса*



www.ingred.ru



Авторы: **Н. В. Рощупкина**,
начальник отдела разработок
и продвижения продукции
для молочной отрасли

А. А. Коноплева,
менеджер по оказанию
технологического сервиса

Спред следует рассматривать как продукт питания нового поколения



Жировая фаза спредов представляет собой смесь растительного и молочного жира. Они являются самостоятельными, сбалансированными по жирнокислотному составу продуктами (содержат повышенное количество полиненасыщенных жирных кислот, меньшее количество насыщенных кислот и минимальное количество или полное отсутствие транс-изомеров жирных кислот). Высокие потребительские свойства продукта позволяют составлять достойную конкуренцию сливочному маслу из коровьего молока.

На мировом рынке спред занимает отдельную нишу в ассортименте жировых продуктов питания. К сожалению, в нашей стране некоторые потребители воспринимают спред как фальсификат сливочного масла. Устоявшееся мнение о том, что спред – это более дешевый заменитель сливочного масла, ошибочно. Мировая практика показывает, что это самостоятельный продукт, его производство активно развивается. Это свидетельствует о том, что на Западе потребители сделали свой выбор в пользу спреда. Российские потребители еще с большой осторожностью относятся к спредам, в связи с недостаточной информированностью об этом продукте. И это мнение следует менять.

В последнее время в России также наблюдается стабильный рост производства спредов. Согласно данным Росстата, оно с 2007 по 2010 годы увеличилось в 2 раза с 75,5 тыс. тонн до 167,7 тыс. тонн. Явная тенденция роста определяется не только за счет увеличения объемов производства, но и выделения спреда как полноценного масложирового продукта.

Если рассматривать территориально производство спредов, то наибольший объем производится в Центральном и Приволжском федеральных округах: порядка 30-35% от общего объема производства приходится на Центральный и 45-50% – на Приволжский. Данная закономерность связана с распределением крупнейших производителей по территории РФ. Данные о производстве спредов в каждом федеральном округе в 2009-2011 годах отражены в таблице.

Согласно данным маркетинговых исследований (BusinesStat), в России происходит интенсивный рост числа потре-

лей спреда. Если в 2006 году таковых было 9,1 млн человек, то уже в 2010 году численность потребителей спреда возросла до 43 млн человек. По прогнозам рост будет продолжаться, и в перспективе к 2015 году численность составит уже 52 млн человек. Увеличение числа потребителей спреда происходит благодаря интенсивной рекламе и расширению ассортимента выпускаемых продуктов.

По данным официальной статистики, потребление жировой продукции на душу населения в России и странах Евросоюза и США значительно отличается. В России в 2008 году оно составило 20,8 кг/чел. в год. В странах Европы и Америки в этот период оно составляло 38,8 кг на человека в год. Что превысило российское потребление почти в 2 раза. Если же рассматривать структуру потребления, то на долю жидких растительных масел приходится порядка 44,2% в России и 46,6% в странах Европы и Америки, маргарины и спреды в рационе представлены 35,6% (Россия) и 38,6% (Евросоюз и США) общего потребления жиров, по 10,1% и 7,8% уровня потребления приходится на сливочное масло. Что касается сегмента маргаринов и спредов, то здесь различия в потребляемых количествах заключены в разности отношения российского и мирового населения к данному продукту.

По данным РСПМО, в 2009 году мировой экспорт масла сливочного и спредов составил в общем 912 тыс. тонн продукции. Ведущими экспортерами масла сливочного и спреда являются Новая Зеландия и страны Европейского Союза. На долю Новой Зеландии приходится порядка 49,5% от всего рынка (451 тыс. тонн), а страны ЕС занимают 16,2% мирового рынка (148 тыс. тонн продукции). Если рассматривать по другим странам, то заметно упала доля экспорта США с 10,2% (80 тыс. тонн) в 2008 году до 2,4% (22 тыс. тонн) в 2009 году.

На сегодняшний день здоровое питание становится осознанным выбором потребителя. В мировом сообществе это уже зако-

Таблица 1. Производство спредов в 2008-2010 гг. по федеральным округам

Наименование	Производство спредов, т		
	2008 год	2009 год	2010 год
Российская Федерация	81 555	155 513	167 707
Центральный ФО	29 544	49 624	57 500
Северо-Западный ФО	7690	9040	9602
Северо-Кавказский ФО	7305	4348	4939
Приволжский ФО	26 896	75 042	77 945
Уральский ФО	3022	2621	2865
Сибирский ФО	6865	2621	8513



2008 год: 81 555 тонн



2009 год: 155 513 тонн



2010 год: 167 707 тонн

Производство спредов в России

номерность, в нашей стране пока стремление и перспектива на будущее. Проанализировав мировой рынок спредов, представленных в торговых сетях и магазинах, нами были выделены основные мировые тенденции:

- низкое содержание или полное отсутствие транс-изомеров жирных кислот в продукте;
- отсутствие холестерина в продукте;
- пониженный уровень содержания жира в продукте;
- обогащенные продукты.

Большинство мировых производителей спредов используют данные тенденции при производстве своего ассортимента. Очень распространено позиционирование спредов как продукта здорового питания, за счет использования сразу нескольких трендов. Отличительной особенностью продукции мировых производителей является максимальная информированность потребителя с помощью рекламы, путем размещения подробной информации при маркировке продукта. Производители не только подробно декларируют на упаковке состав жировой фазы продукта, указывая содержание насыщенных и ненасыщенных жирных кислот, транс-изомеров жирных кислот, но и отмечают использованные с целью обогащения функциональные добавки. Таким образом, конечный потребитель, приходя в магазин, делает осознанный выбор в пользу здорового питания.

Спред следует рассматривать как продукт питания нового поколения, отвечающий принципам здорового питания. В связи со сбалансированным жирнокислотным составом и обогащением функциональными ингредиентами спреды имеют высокую значимость в структуре питания населения Российской Федерации. Ассортимент отечественной продукции функционального назначения сегодня минимален и нуждается в расширении. **Р**

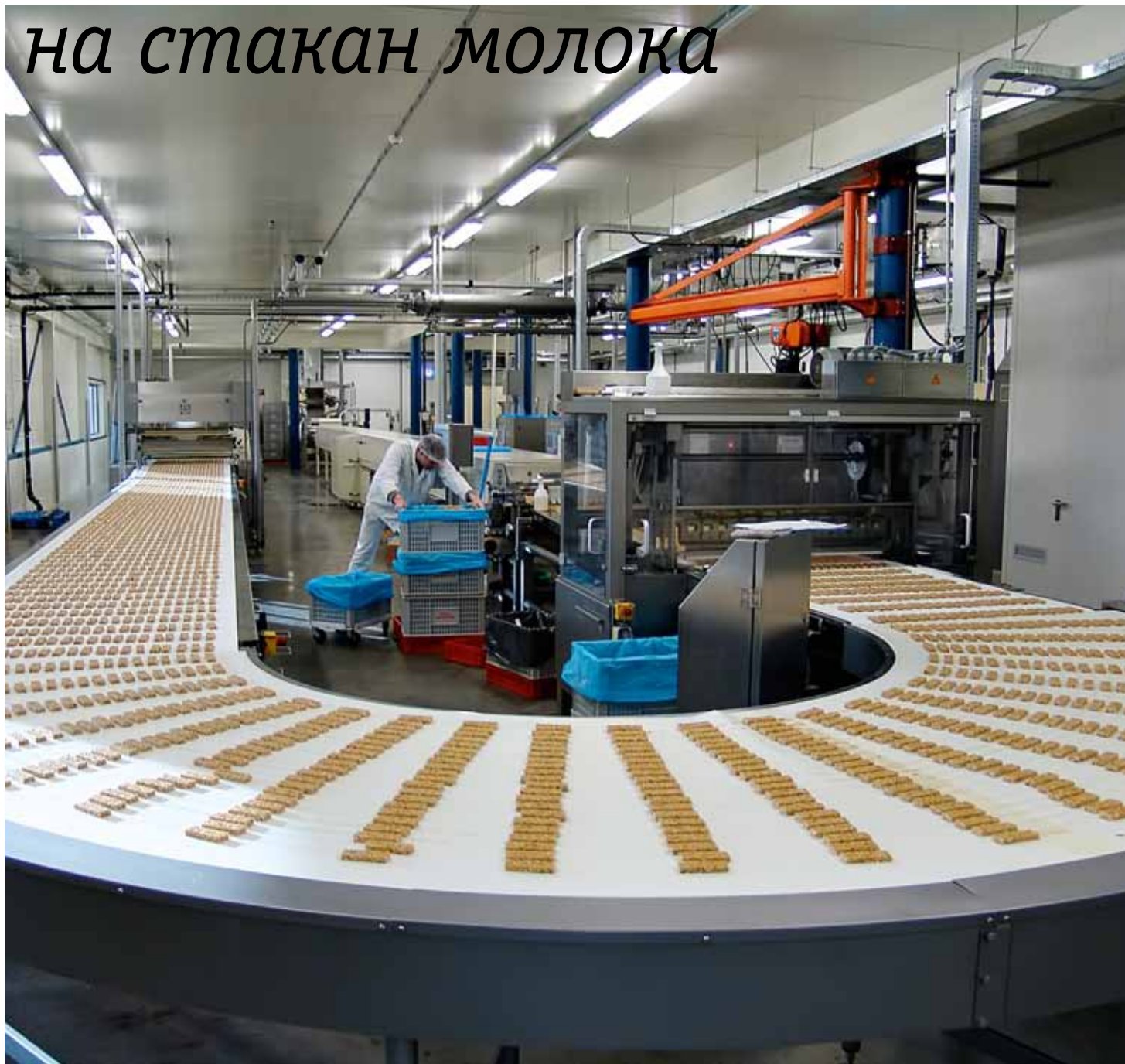


Автор:



Жерар Янссенс,
генеральный директор VSI

Батончик на стакан молока



Вкусный йогурт, полезное молоко и немного сливок – молочные добавки совершенствуют вкусовые ощущения от функциональных батончиков.

Все мы знаем, что полноценный завтрак незаменим для успешного старта нового дня, а молочные продукты важны для лучшей работоспособности. Однако советы специалистов по правильному питанию не всегда реализуемы в повседневности. Для современного общества характерны стресс, цейтнот и стремление к комфорту. Тенденция однозначна: еда должна приготавливаться по возможности быстро и подходить для трапез вне дома, но в то же время быть здоровой, вкусной, сытной и притом натуральной. Батончики для этой цели идеальны, так как удовлетворяют требованиям потребителя относительно удобства, не противореча здоровому образу жизни. В качестве одновременно снэка и полезной добавки функциональные батончики могут, к примеру, вполне заменить завтрак или другие приемы пищи, отвечая при этом пяти важным потребительским потребностям: наслаждению вкусом, комфортности употребления, желанию перекусить, пользе для здоровья и стремлению потреблять продукты премиум-класса.

Для крупнейшего договорного производителя батончиков в Европе – компании VSI – новые исследования и разработки стоят на первом месте. Чтобы результат в отношении вкуса, вида и текстуры действительно убеждал, голландское предприятие работает в тесном сотрудничестве с производителями молочных продуктов, а также функциональных ингредиентов. Таким образом, у VSI получается постоянно создавать инновативные концепции продуктов.

Новый тренд – сывороточный протеин

Как для людей, которые много находятся в разъездах и ищут легкую альтернативу фаст-фуду, так и для тех потребителей, кто заботится о стройности фигуры или просто стремится к здоровому питанию, предлагаются так называемые meal replacement bars – батончики, заменяющие прием пищи. Добрую порцию витаминов, минералов и высококачественного белка предоставляет каждый батончик на основе продуктов молочного производства. Рецепты разрабатываются компанией VSI в соответствии с актуальными тенденциями и регулирующими положениями. Так создаются настоящие инновации, как, например, батончик на сыворотке био-качества с 25%-м содержанием белка. Сделанный на основе чистого сывороточного протеина, он отличается наличием кремовой, напоминающей нугу начинки и слоя нежного шоколада. Сыворотка содержит такие важные для организма минеральные вещества, как магний и кальций, а также многие витамины группы В. Кроме прочего, продукты на сыворотке отличаются практически полным отсутствием жира, низкой калорийностью и естественным образом подавляя аппетит. Сывороточный протеин улучшает не только питательную ценность, но и вкусовые и функциональные характеристики конечного продукта, позволяет производителю облагородить консистенцию,



Визитная карточка компании:

С упором на исследования и развитие новых рецептур и технологий VSI разрабатывает батончики по заказам и вкусу клиентов со всего мира. В качестве договорного производителя компания предлагает свой сервис и опыт как локальным молодым фирмам, так и международным концернам и торговым сетям. Постоянно ориентированная на рыночные тренды и тенденции спроса, а также на инновативные ингредиенты, компания VSI разрабатывает ежегодно более тысячи образцов продуктов самых разнообразных текстур, размеров и вкусовых направлений. В настоящий момент это крупнейший производитель батончиков в Европе и один из крупнейших в мире, хотя начиналось все более 40 лет назад с продуктов на основе слоеного теста. На расположенном в голландском Лееерде частном предприятии работают около 135 сотрудников, и благодаря только что введенной новой производственной линии создаются еще 60 рабочих мест. Таким образом, возможности производителя вырастут от 150-200 миллионов батончиков в год на дополнительные 100 миллионов.



Сывороточный протеин улучшает не только питательную ценность, но и вкусовые и функциональные характеристики конечного продукта.

повысить термическую стабильность и срок годности. В зависимости от конкретной рецептуры, могут быть добавлены другие функциональные ингредиенты, например, заключенные в герметичную оболочку пробиотики для поддержки процесса пищеварения.

Крем-глазурь

Кроме сыворотки, для улучшения вкуса батончиков как нельзя лучше подходит йогурт. Особенно популярны фруктовые варианты, например, с клубникой или малиной. Батончики, покрытые кремообразной йогуртовой глазурью, «подслащивают» жизнь не только тех, кто сидит на диете для сброса веса, но и в принципе представляют собой лакомую альтернативу шоколаду и другим сладостям.

Вкус – ключ к успеху

Для любого продукта, в том числе и батончиков, решающим в итоге остается вкус. Поэтому разрабатываемые VSI вариации вкусовых и функциональных направлений в комбинации с молочными добавками поистине бесконечны. Мюсли, шоколад или сыворотка в составе, изделия, обогащенные клетчаткой или фруктами, многослойные или облитые глазурью – решает творчество и технологические ноу-хау. **МС**

Компания: **Санкт-Петербургская общественная организация потребителей «Общественный контроль»**

Молоко сгущенное: фальсификаты не сдаются

Санкт-Петербургская общественная организация потребителей «Общественный контроль»: 40% образцов сгущенного молока – подделка!

Специалисты «Общественного контроля», руководствуясь ст. 45 ФЗ 2300-1 от 07.02.1992 г. «О защите прав потребителей», приобрели в торговой сети образцы любимых многими молочных консервов. Сине-бело-голубые баночки были переданы на исследования в испытательную лабораторию ФБУ «Тест-С.-Петербург».

Растительная мода

Молоко сгущенное – вкусный и полезный продукт питания. Но только в том случае, если он действительно настоящий.

Увы, мода на растительные жиры уже много лет назад прочно внедрилась в молочную индустрию. Молочные консервы не стали исключением: растительные жиры обнаруживаются в их составе, даже если на этикетке гордо красуется обозначение ГОСТ Р 53436-2009. К сожалению, еще ни одна проверка качества молока сгущенного с сахаром, проводимая «Общественным контролем», не обошлась без «сюрпризов» – в прошлые годы на питерском потребительском рынке выявлялось от 30 до 80% фальсификата.

Как рассказал **Всеволод Вишневецкий, председатель СПБ ООП «Общественный контроль»**, нынешняя проверка не стала исключением. Так, согласно протоколам испытаний ФБУ «Тест-С.-Петербург», фальсификатами признаны образцы продукции, на этикетках которых указаны следующие изготовители: ООО «Промконсервы», г. Рудня, Смоленская обл., ЗАО «Кореновский молочно-консервный комбинат» (ТМ «Густияр»), Краснодарский край и ЗАО «Верховский молочно-консервный комбинат» (ТМ «ГЛАВПРОДУКТ»), Орловская обл. В составе этих «гостовских» молочных консервов пре-

обладали растительные жиры. Что касается молочного жира, то специалисты лаборатории обнаружили его только в следовых количествах.

Бессовестный обман

Согласно ГОСТу, консервы «Молоко цельное сгущенное с сахаром» должны содержать в себе только молочный жир. Однако в магазинах можно встретить и «сгущенку» по техническим условиям, в составе которой использованы растительные жиры. Такая продукция тоже имеет право на существование. Она чисто внешне очень похожа на гостовскую, чем охотно пользуются изготовители, чтобы усыпить бдительность потребителя.

На этикетке ТУшной сгущенки не всегда удается прочитать состав продукта, указанный мелким шрифтом. Обозначение ТУ, порой, спрятано так, чтобы сходу не разглядеть. Зато крупно, например, пишут ГОСТ ИСО-9001, как, допустим, на этикетке сгущенки ТМ «Густияр». Этот ГОСТ – тоже уловка. Он говорит о том, что у предприятия есть сертификат системы качества, который не является документом, на основании которого выпускается продукция.

Согласно ст. 10 Закона «О защите прав потребителей», наличие растительного жира или других добавок обязательно должно быть отображено в составе продукта. И цена его должна быть ниже.

Ведь растительный жир в разы дешевле молочного. Продавая же растительно-молочный продукт по цене молочного, производитель бессовестно наживается за счет потребителя.

По словам Всеволода Вишневецкого, «вычислить» по цене качественную сгущенку в магазине практически невозможно. К примеру, фальсифицированный образец сгущенки от ООО «Промконсервы» стоит 36,50 рублей за 270-граммовую упаковку, в то время как молоко сгущенное с сахаром производства ОАО «Белмол-продукт», к которому у лаборатории не оказалось никаких замечаний, продается по цене 40 рублей, причем за банку 380 г.

Лабораторию не проведешь!

Экспертиза в очередной раз показала, что некоторые производители продолжают экономить на молочном сы-



Экспертиза в очередной раз показала, что некоторые производители продолжают экономить на молочном сырье, обманывая покупателей.

рье, обманывая покупателей. Свой фальсификат они производят, используя полностью обезжиренное молоко, а вместо молочного жира добавляют растительный, доводя тем самым жирность продукта до классических 8,5%.

Заместитель начальника испытательной лаборатории ФБУ «Тест-С.-Петербург» Екатерина Полиектова отметила, что в ходе дегустации лучшей была признана сгущенка «Рогачевского МКК» Республики Беларусь, на втором месте – образец молочных консервов, выпущенных ОАО «Белмолпродукт».

В фальсифицированных образцах молочных консервов органолептические показатели легко выдали присутствие растительных компонентов – привкус пастеризованного молока не был выражен. А вот признанный не соответствующим ГОСТу по идентификации жировой основы образец от ООО «Промконсервы» поставил специалистов испытательной лаборатории в тупик. Органолептические показатели образца молочных консервов ничем не выдавали наличие растительных жиров, хотя на деле они составили львиную долю продукта. **МС**



Справка

При реализации проекта «Общественный контроль качества» используются средства государственной поддержки, выделенные в качестве гранта в соответствии с Распоряжением Президента Российской Федерации от 8 мая 2010 года №300-рп.



Результаты экспертизы консервов «Молоко цельное сгущенное с сахаром» (ФЗ №88 от 12.06.2008 г., ГОСТ Р 53436-2009)

Наименование продукта	Молоко сгущенное цельное с сахаром	Молоко сгущенное цельное с сахаром «Алексеевское»	Молоко сгущенное цельное с сахаром «Лента»	Молоко сгущенное цельное с сахаром	Молоко сгущенное цельное с сахаром	Молоко сгущенное цельное с сахаром «Главпродукт»	Молоко сгущенное с сахаром «Густияр»
Производитель	ЗАО «Дмитровский молочный завод», Московская обл.	ЗАО «Алексеевский молочно-консервный комбинат», Белгородская обл.	ОАО «Рогачевский МКК», г. Рогачев, Беларусь	ОАО «Белгородские молочные продукты», г. Белгород	ООО «Промконсервы», Смоленская обл.	ЗАО «Верховский МКЗ», пос. Верховье, Орловская обл.	ЗАО «Короновский молочно-консервный комбинат», г. Короновск, Краснодарский край
Цена, руб.	52-00	59-99	45-19	40-00	36-50	41-49	37-90
Место закупки	Рынок «Любимый», Мебельная ул., 2	«Карусель», Коломнянский пр., 17, к. 1, лит. А	«Лента», ул. Савушкина 112, лит. А	ИП Трифонова Т.В., ул. Балканская, 5, лит. 5, место 4	«Полушка», пр. Испытателей, 35	«Лента», ул. Савушкина 112, лит. А	ООО «Сапфир» («Бриз»), ул. Новостроек, 21/16
Масса, г	280	360	380	380	270	380	380
Дата изготовления	16.10.2011	01.11.2011	09.11.2011	02.11.2012	15.10.2011	26.11.2011	23.07.2011
НД (ГОСТ или ТУ)	ГОСТ Р 53436-2009	ГОСТ Р 53436-2009	ГОСТ Р 53436-2009	ГОСТ Р 53436-2009	ГОСТ Р 53436-2009	ГОСТ Р 53436-2009	ТУ 9227-020-00417266-2004
Вкус и запах, консистенция, цвет по НД	Вкус сладкий, чистый, с выраженным вкусом пастеризованного молока, без каких-либо посторонних вкусов и запахов. Допускается наличие кормового привкуса. Консистенция: однородная вязкая масса, без наличия ощущаемых кристаллов молочного сахара. Допускается мучнистая консистенция и незначительный осадок лактозы на дне тары при хранении. Цвет белый, с кремовым оттенком, равномерный.						
Вкус и запах фактически	Без посторонних привкусов и запахов	Без посторонних привкусов и запахов	Без посторонних привкусов и запахов	Без посторонних привкусов и запахов	Без посторонних привкусов и запахов	Привкус пастеризованного молока не выражен	Привкус пастеризованного молока не выражен
Консистенция	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует
Цвет	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Кремовый, равномерный	Кремовый, равномерный
Маркировка ФЗ №88 гл. 12, ст. 36 ГОСТ 23651-79 п. 2.1	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует
Масс. доля влаги, %							
Норма: не > 26,5	26,2±1,0	26,0±1,0	25,1±1,0	25,8±1,0	27,2±1,0	26,9±1,0	29,4±1,0
Масс. доля жира, %							
Норма: не < 8,5	8,54±0,15	8,52±0,15	8,70±0,15	8,68±0,15	9,20±0,15	8,70±0,15	8,67±0,15
Идентификация жировой основы	Жировая основа образца содержит только молочный жир	Жировая основа образца содержит только молочный жир коровьего молока	Жировая основа образца содержит только молочный жир коровьего молока	Жировая основа образца содержит только молочный жир коровьего молока	Жировая основа образца содержит смесь жиров немолочного жира и молочный жир в следовых количествах	Жировая основа образца содержит смесь жиров немолочного жира и молочный жир	Жировая основа образца содержит смесь жиров немолочного происхождения и молочный жир в следовых количествах
Соответствие НД	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Фальсификат	Фальсификат	Фальсификат

10-я международная выставка Молочная и Мясная индустрия

www.md-expo.ru



Москва, ВВЦ,
павильон №75

Одновременно:

ingredients
RUSSIA



13-16 марта
2012 года

Организаторы:



Официальная поддержка

Официальный партнер



Тел.: +7 (495) 935-81-40, 935-73-50, e-mail: md@ite-expo.ru

ВСЕ ГЕНИАЛЬНОЕ ПРОСТО
ВКУСНО И ПОЛЕЗНО



НОВЫЙ ПРОДУКТ

ЗАМЕНИТЕЛЬ МОЛОЧНОГО ЖИРА MARGO® С 309
С ПОНИЖЕННЫМ СОДЕРЖАНИЕМ НАСЫЩЕННЫХ ЖК
И ОТСУТСТВИЕМ ТРАНСИЗОМЕРОВ ЖК

Наименование показателя		Низконасыщенный ЗМЖК	НД
Перекисное число, ммоль ½ O/kg, при отгрузке, не более		1	ГОСТ Р 51487-99
Температура плавления, °C		31-34	ГОСТ Р 52179-2003
Трансизомеры жирных кислот, %, не более		<1	ГОСТ Р 52179-2003
Содержание твердых триглицеридов (%) при температуре	10 °C	27-33	ГОСТ Р 52179-2003
	20 °C	13-18	
	30 °C	3-9	
	35 °C	1-4	
Жирнокислотный состав	Насыщенные	Не более 35%	ГОСТ Р 51487-99
	Ненасыщенные	63-67%	
	Полиненасыщенные (в составе ненасыщенных)	24-26%	

ОПЕРЕЖАЯ ТРЕНДЫ

МНЕНИЕ ЕВРОПЕЙСКОГО УПРАВЛЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ ОТНОСИТЕЛЬНО ПОТРЕБЛЕНИЯ НАСЫЩЕННЫХ ЖК

Насыщенные жирные кислоты синтезируются организмом человека и требуются в рационе питания. Таким образом, не установлены Популяционные эталонные величины потребления, Средняя потребность, Нижний порог потребления, Адекватное потребление. Законодательства, ограничивающего содержание насыщенных жирных кислот в Европе и мире нет, однако есть общие рекомендации производителям маргаринов и жиров снижать содержание насыщенных ЖК и, соответственно, необходимость снижения потребления НЖК в готовых продуктах. Потребление насыщенных жирных кислот должно быть насколько возможно низким в рамках полноценной диеты с точки зрения питательности.

ТРАНСИЗОМЕРЫ ЖИРНЫХ КИСЛОТ:

ТЖК играют отрицательную роль в изменении метаболических параметров организма человека, связанных с ишемической болезнью сердца. Кроме того, было проведено несколько исследований влияния ТЖК на риск возникновения сахарного диабета 2 типа, некоторых видов онкологических заболеваний, паралича и пищевой аллергии.

Трубчатые теплообменники



- Проверенные временем решения для пастеризации и стерилизации продуктов

Системы механической очистки



- Запатентованные системы Кизельманн со сдвоенными скребками обеспечивают надежное и экологичное вытеснение продукта со сниженным объемом сточных вод и потерь продукта

Панели переключения потоков



- Надежное решение
- Разработанная, под требования каждого конкретного заказчика, конструкция

Клапанные гребенки



- Комплексные клапанные решения под требования каждого конкретного заказчика

Технологические модули



- Готовые к использованию технологические модули в компактном исполнении
- Пастеризационные модули
- Станции безразборной мойки

Установки мембранной фильтрации



- Микрофильтрация
- Ультрафильтрация
- Нанофильтрация
- Обратный осмос

Сильнее вместе!

Клапаны бабочка/ Шаровые клапаны



- Ручное или пневматическое управление
- Пневматические приводы с управляющими головками
- Клапаны бабочка с контролем протечки
- Двух- и трехходовые шаровые клапаны
- Штуцеры для промывки / рубашки обогрева

Предохранительные клапаны



- Клапаны для жидкостей и газов
- В соответствии с PED 97/23/EG
- Регулируемые предохранительные клапаны
- Перепускные клапаны

Одно- и двухседельные клапаны



- Односедельные клапаны
- Переключающие клапаны
- Двухседельные клапаны
- Выпускные клапаны для емкостей
- Регулирующие клапаны

Оборудование для емкостей



- Верхушечная арматура
- Модули внесения закваски
- Пробоотборные клапаны
- Антивакуумные клапаны
- Индикаторы уровня

Асептические клапаны



- Мембранные клапаны ГЕМБРА**
- Односедельные клапаны
 - Переключающие клапаны
 - Двухседельные клапаны
 - Выпускные клапаны для емкостей
 - Пробоотборные клапаны

Оборудование для мойки емкостей



- Душевые головки
- Щелевые головки
- Вращающиеся душевые головки
- Моющие турбины

Трубные соединения и аксессуары



- Трубы стандарта DIN 11850
- Трубные фитинги
- Трубные соединения
- Монтажные материалы

Программа ин-лайн



- Гигиеничные корпуса
- Смотровые стекла со светодиодной подсветкой
- Пробоотборные клапаны ин-лайн
- Измерительные приборы



Пневматическая аппаратура **Камоцци**



Быть лучшими

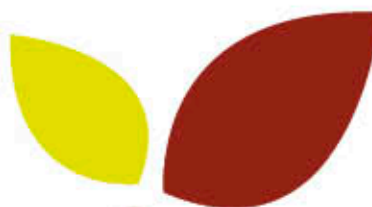
www.camozzi.ru

Москва	(495) 735 49 61
Владивосток	(4232) 20 89 33
Воронеж	(473) 200 88 11
Екатеринбург	(343) 353 58 31
Казань	(843) 299 60 60
Краснодар	(861) 239 70 41
Красноярск	(391) 236 58 21
Наб. Челны	(8552) 20 34 60
Нижний Новгород	(831) 220 55 41
Новокузнецк	(3843) 77 76 36

Новосибирск	(383) 221 69 54
Обнинск	(48439) 29 252
Омск	(3812) 71 94 94
Иркутск	(3952) 500396
Ростов-на-Дону	(863) 299 01 63
Рязань	(4912) 42 7150
Самара	(846) 276 68 92
Санкт-Петербург	(812) 326 29 11
Уфа	(347) 246 4076
Челябинск	(351) 265 87 64
Ярославль	(4852) 73 28 11



21-я Международная выставка
продуктов питания и напитков



worldfood

MOSCOW

Основана в 1992 году

17 - 20 сентября 2012 | Москва • ЦВК «Экспоцентр»



**ВСЬ МИР
ПИТАНИЯ**



Бакалея
Напитки
Чай и Кофе
Консервация
Мясо и птица
Фрукты и овощи
Молочная продукция
Кондитерские изделия
Рыба и морепродукты
Замороженные продукты
Масложировая продукция



По вопросам участия обращайтесь:
+7 (495) 935-7350, 788-5585
worldfood@ite-expo.ru

www.world-food.ru



Профессиональные
решения



Жиры специального назначения «СолПро» заменители молочного жира 718, 719 -

это профессиональное решение для полной или частичной замены молочного жира в молокоперерабатывающем производстве. Предназначены для замены молочного жира во всех видах молочной и молочносодержащей продукции. Могут применяться в производстве кондитерских изделий.

Лауриновые высококачественные специализированные растительные жиры ЗМЖ 718, 719 «СолПро»:

- Позволяют заменить в рецептурах молочный жир.
- Имеют сбалансированный жирнокислотный состав.
- Обеспечивают желаемые консистенцию и вкус готовых изделий.



Холдинг «Солнечные продукты»:
«Жировой комбинат»
«Московский жировой комбинат»

Саратов +7 8452 459 000
Москва +7 495 777 55 01